

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ASOSIASI MERK, DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi kasus pada Konsumen Sepeda Motor Scoopy di Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

AYU NOVITA DEWI
NIM. 12010110141109

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015