

**ANALISIS PENGARUH *SPONSORSHIP*,
PENGALAMAN KONSUMEN, DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DENGAN KESADARAN MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi pada konsumen ekspatriat penerbangan domestik Garuda Indonesia)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

RATNA VITADIANI
NIM. 12010112130123

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016