

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND EQUITY*
DAN DAMPAKNYA PADA MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Kasus *Product Placement* Mie Instan Indomie Di Dalam Film 5 Cm)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**PUTI KUMALASARI
C2A009001**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013**