

**ANALISIS PENGARUH *BRAND REPUTATION*,
BRAND PREDICTABILITY, *BRAND COMPETENCE*
DAN *BRAND LIKING* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
KENDARAAN NIAGA MEREK MITSUBISHI**

(Studi Pada Pemilik Kendaraan Niaga Mitsubishi di Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

BANGKIT SUTANZA
12010110151080

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013