

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA
PRODUK, EFEK KOMUNITAS DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP *BRAND AWARENESS*
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND ATTITUDE***
(Studi Pada Konsumen Restoran Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

KURNIAWAN WIDYATMA ADIPUTRA
NIM. C2A606061

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**