

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEMANTAPAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PRODUK TOYOTA VIOS**

**(Studi Kasus Pada PT. Nasmoco Majapahit Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**NINDY SARI SABATINI**

**NIM. 12010110141157**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2014**