

**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