ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND ATTITUDE UNTUK MENINGKATKAN BRAND LOYALTY

(Studi Kasus Pada Konsumen House of Moo)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ARDIAN BAYU GUSTIKO

12010111130022

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2015