

ANALISIS PENGARUH *BRAND STRATEGY* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP *CONSUMER RESPONSES*

(Studi Kasus pada Konsumen Pembalut Laurier di Ungaran Kabupaten

Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

MARIA WIBISONO
NIM C2A006088

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010