

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP *BRAND EQUITY*
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Suzuki Ertiga di Kota Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

RENGGANIS PUSPITA RESI
NIM. C2A007102

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2013