ANALISIS PENGARUH HARGA, KEBUTUHAN MENCARI VARIASI, DAN *WORD OF MOUTH* DALAM PERILAKU *BRAND SWITCHING* PADA MINUMAN BERSODA COCA-COLA KE BIG COLA

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

MUHAMMAD IRFAN FIRDAUS
NIM. 12010110130198

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014