

PENGARUH *BRAND AWARENESS, PERCEIVED OF SERVICE*, TERHADAP *BRAND PREFERENCE* DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG KEMBALI

(Studi pada Tabungan Bima pada Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Magelang)



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Pasca Sarjana
Pada Program Magister Manajemen
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh :

Deni Wahyu Hermawan
12010112420162

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**