# PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, PENGALAMAN MEREK DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP PERSEPSI KUALITAS DAN DAMPAKNYA TERHADAP EKUITAS MEREK

**(Studi Pada Konsumen Produk Nescafe dalam Kemasan Siap Minum)**

## SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**Shilny Nurika**
**NIM. 12010117140130**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**
**SEMARANG**
**2021**