

**Pengaruh Iklan, *Sales Promotion* dan *Personal Selling* terhadap
Keputusan Pengguna Laku Pandai BCA Melalui Ekuitas Merek
sebagai Variabel Intervening**

(Studi di Wilayah Kabupaten Demak)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Robiatul Adawiyah

12010117120065

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021