PENGARUH FAKTOR BRAND IMAGE, HARGA DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMILIHAN PEMBELIAN PRODUK MOTOR SPORT DI WILAYAH BANDUNG

Oleh

Djoko Djauhari

(6110109005)

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

guna memperoleh gelar Magister Manajemen

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2010