PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MOTOR MINERVA DI PT. PLAZA MINERVA INDONESIA CABANG MOH. RAMDHAN BANDUNG

THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND BRAND TRUST ON CONSUMER PURCHASE DECISION ON MOTOR MINERVA AT PT. PLAZA MINERVA INDONESIA BRANCH MOH. RAMDHAN BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh

Jenjang S1 Program studi Manajemen

DISUSUN OLEH:

ROSDIANA BR TARIGAN

21207098

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2011