PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ONLINE STORE
(Survey Pada Konsumen di DSVN Bandung)

THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND PERCEIVED RISK TOWARD CONSUMER PURCHASE INTENTION ON ONLINE STORE
(Survey Of The Customer At DSVN Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh Jenjang S1

Program Studi Manajemen Pemasaran

MARSHA PRIMASHELA

21212226

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2016