PENGARUH ANCAMAN EMOSI DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK INTERNET SERVICE PROVIDER INDIHOME DI TELKOM STO DAGO BANDUNG

The Effect Of Threat Of Emotion And Brand Trust On Decision Purchase Of Internet Service Provider IndiHome Product In Telkom STO Dago Bandung

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Gelar Pada Program Studi Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Disusun Oleh :

Christian Imanuel Rafly
21214047



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2018