

PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
THE INFLUENCES OF BRAND EQUITY TO BUYING DECISION

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas
Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

MENUR AJENG RETNOWATI

20120410275

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016