PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG

(Studi Pada Konsumen Samsung di Gerai *Smartphone*, Ambarrukmo Plaza, Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan

Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S1)

Disusun Oleh :

Deo Gloria Sianturi

152130112

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2018