

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE *APPLE***

**(Survei pada Masyarakat di Kabupaten Sleman)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Muhammad Jaelani M.NOH**

**NIM. 141200053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE *APPLE***

**(Survei pada Masyarakat di Kabupaten Sleman)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana  
Manajemen pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



**Muhammad Jaelani M.NOH**

**NIM.141200053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

**YOGYAKARTA**

**2024**