

ANALISIS PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(KASUS: JCO DONUTS & COFFEE)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen

ERA SUSANTI
0706169190



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
JAKARTA
DESEMBER 2008

