

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE 6 (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : FikriWijaya

Nomor Mahasiswa : 11311043

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016