

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK (*BRAND CREDIBILITY*) DAN  
PRESTISE MEREK (*BRAND PRESTIGE*) TERHADAP NIAT BELI  
KONSUMEN PADA PRODUK FASHION RIAMIRANDA**

**SKRIPSI**



Ditulis Oleh :

Nama : Diana Fatimah Azzahro

Nomor Mahasiswa : 13311006

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2017**