

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI KONSUMEN
PADA KEPERCAYAAN MEREK DAN PENGARUH KEPERCAYAAN
MEREK PADA KOMITMEN MEREK DARING DI INDONESIA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A.

Oleh:

Muhammad Aufa Sabili

14/366500/EK/20038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

2018