

Pengaruh Pengalaman Merek dan Pengetahuan Merek dalam Membangun Ikatan Konsumen-Merek dengan Dimoderasi oleh Keterlibatan Produk

TESIS

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai Derajat Strata Dua (S-2)

Program Studi Manajemen

Bidang Manajemen Pemasaran



Disusun oleh :
RM. Pradiptya Abikusno
NIM. 14/373975/PEK/19642

PROGRAM MAGISTER SAINS MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2017