

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

MICROSOFT MOBILE (NOKIA)

(Survey Pada Mega Cellular Padjajaran)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Sarjana Ekonomi

Program Studi S1 Manajemen

RIZKIA WULAN RAMADHAN

NPM : A10110321



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS

BANDUNG

2015