

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA PRODUK IPHONE DI KOTA TERNATE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Mencapai derajat sarjana S-1

Bidang ilmu
Manajemen pemasaran



Disusun Oleh:

Aprianti Nahumarury
02041411045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KHAIRUN
TERNATE
2022**

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MELALUI KEPERCAYAAN MEREK PADA PRODUK IPHONE
DI KOTA TERNATE**

JURNAL

Bidang Ilmu
Manajemen Pemasaran



Di Ajukan
Oleh :

Aprianti Nahumarury
02041411045

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KHAIRUN

TERNATE

2022