



PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KENDARAAN RODA DUA MEREK HONDA

(STUDI KASUS PADA CV. KARISMA JAYA KAB. ROKAN HULU)

SKRIPSI

Oleh:

HERWANTO
11371104574



PROGRAM S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NERGI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2018

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
KENDARAAN RODA DUA MEREK HONDA
(STUDI KASUS PADA CV. KARISMA JAYA KAB. ROKAN HULU)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Strata Satu Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh:

HERWANTO
11371104574



UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NERGI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

2018