

**HUBUNGAN IKLAN DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP CITRA MEREK YANG BERDAMPAK
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK
MOBIL TOYOTA DI SEMARANG**

**Skripsi
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1**

Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh :
Tri Adityo Putranto
Nim : 0421010052**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2014**