

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *WOM* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA KURNIA BAKERY ACCESSORIES)**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

Prabowo

Nim : 30401310914

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

2017