

No. Daftar FPEB:208/UN40.7.D1/LT/2015

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION***

**(Survei Pada Konsumen Topshop Paris Van Java Mall Bandung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Sidang  
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen  
Universitas Pendidikan Indonesia**



**Fryda Nur Delaniawati**

**1106263**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2015**

Fryda Nur Delaniawati, 2015

*PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP PURCHASE DECISION*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

# **PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION***

**Survei Pada Konsumen Topshop Paris Van Java Mall Bandung**

**Oleh:**

**Fryda Nur Delaniawati**

Sebuah skripsi yang ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada  
Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

© Fryda Nur Delaniawati

Universitas Pendidikan Indonesia

Juni 2015

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

Fryda Nur Delaniawati, 2015

***PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP PURCHASE DECISION***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION***  
**(Survei Pada Konsumen Topshop Paris Van Java Mall Bandung)**

**FRYDA NUR DELANIAWATI**  
**1106263**

Disetujui dan disahkan oleh:

1. Dosen Pembimbing:

**Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA**

**NIP. 19740307 200212 2 001**

2. Ketua Program Studi Manajemen:

**Dr. Chairul Furqon, S.Sos., MM**

**NIP. 19740307 200212 2 001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2015**

**Fryda Nur Delaniawati, 2015**

***PENGARUH BRAND PERSONALITY TERHADAP PURCHASE DECISION***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)