

PENGARUH STRATEGI *CO-BRANDING* TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survey terhadap anggota *fanpage* KakaoTalk)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Pendidikan Indonesia



Bobby Raja Indra
1006341

Program Studi Manajemen
Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pendidikan Indonesia
2015

PENGESAHAN

**PENGARUH STRATEGI *CO-BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Survey terhadap anggota *fanpage* KakaoTalk

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,

Ayu Krishna Yuliawati, S.Sos., MM
NIP. 19730725 200312 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Chairul Furqon, S.Sos., M.M.
NIP. 19720615 200312 1 001

**PENGARUH STRATEGI *CO-BRANDING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survey terhadap anggota *fanpage* KakaoTalk)

**Oleh
Bobby Raja Indra
1006341**

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

© Bobby Raja Indra 2015
Universitas Pendidikan Indonesia

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

No. Daftar FPEB: 132/UN.40.7.D1/LT/2015