

**TESIS**

**PERAN MEDIASI *BRAND TRUST* PADA PENGARUH  
*PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN MAHASISWA UNTUK KULIAH  
DI UNIVERSITAS PERADABAN**



**OLEH :  
UMAR SENO BAYU AJI  
C2C018012**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2022**

**TESIS**

**PERAN MEDIASI *BRAND TRUST* PADA PENGARUH  
*PRODUCT KNOWLEDGE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN MAHASISWA UNTUK KULIAH  
DI UNIVERSITAS PERADABAN**

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2022**