

**ANALISIS PENGARUH *CONSUMER BRAND RELATIONSHIP* PADA KECINTAAN
MEREK, KEPERIBADIAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
INFORMASI DARI MULUT KE MULUT DAN KESEDIAAN MEMBAYAR HARGA
PREMIUM**

TESIS

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
pada Program Studi Manajemen



**Syarah Isfahani
NIM. P2CB13003**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS JENDRAL SOEDIRMAN
PURWOKERTO
2017**