



**ANALISA PENGARUH FAKTOR-FAKTOR EKUITAS  
MEREK BERDASARKAN PELANGGAN TERHADAP  
PEMBELIAN ULANG MEREK  
(Studi Kasus Pada Produk Telepon Seluler Merek Nokia,  
Motorola, dan Sony Ericsson di Kota Serang)**

**KARYA AKHIR**

**Oleh**

**Liem Hen Lie**

**55106110142**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2008**

**Catatan :**

- Warna cover : Biru tua (biru donker dove / kulit jeruk) \*
- Warna teks dan logo : Emas
- Ukuran : A4
- Margin : kiri=4 cm, atas=4 cm, kanan=3 cm, dan bawah=4 cm
- Logo : garis tengah maksimal 3,5 cm
- Jenis font : dianjurkan Times New Roman, Arial, Arial Narrow, Tahoma, Verdana.  
(seragamkan dengan jenis font untuk teks isi)
- Ukuran font : UNIVERSITAS MERCU BUANA = 14  
Judul = 16 – 18  
Oleh, nama, dan NIM = 13  
Program Pascasarjana, dst = 14  
Semua teks ditebalkan (bold)
- Pengetikan : semua teks dan logo = center (ditengah)  
Jarak antar teks (line spacing) diatur proporsional.

*Cacatan lain* :

*Cover (sampul) dalam pertama sama persis dengan cover luar (kertas putih dan teks warna hitam).*

*\* Contoh dapat dilihat di Perpustakaan MM.*



**ANALISA PENGARUH FAKTOR-FAKTOR EKUITAS  
MEREK BERDASARKAN PELANGGAN TERHADAP  
PEMBELIAN ULANG MEREK**

**(Studi Kasus Pada Produk Telepon Seluler Merek Nokia,  
Motorola, dan Sony Ericsson di Kota Serang)**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

**Oleh**

**Liem Hen Lie**

**55106110142**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2008**

**Catatan :**

Ukuran kertas : A4

Warna teks dan logo : hitam

Margin : kiri=4 cm, atas=4 cm, kanan=3 cm, dan bawah=4 cm

Logo : garis tengah maksimal 3,5 cm

Jenis font : dianjurkan Times New Roman, Arial, Arial Narrow, Tahoma, Verdana.  
(seragamkan dengan jenis font untuk teks isi)

Ukuran font : UNIVERSITAS MERCU BUANA dst = 14

Judul = 16 – 18

Diajukan sebagai Salah Syarat ..... dst = 12

Oleh, nama, dan NIM = 13

Program Pascasarjana, dst = 14

Semua teks ditebalkan (bold)

Pengetikan : semua teks dan logo = center (ditengah)

Jarak antar teks (line spacing) diatur proporsional.

## **PENGESAHAN KARYA AKHIR**

Judul : **Analisa Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Berdasarkan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Merek (Studi Kasus Produk Telepon Seluler Merek Nokia, Motorola, dan Sony Ericsson di Kota Serang)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Liem Hen Lie

N I M : 55106110142

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

**Mengesahkan**

**Ketua Program Studi Magister Manajemen**

**DR. Mustika S. Purwanegara, Ir., MSc.**

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing II**

**DR. Mustika S. Purwanegara, Ir., MSc.**

**Rina Astini, SE., ME.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Analisa Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Berdasarkan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang Merek (Studi Kasus Produk Telepon Seluler Merek Nokia, Motorola, dan Sony Ericsson di Kota Serang)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Liem Hen Lie

N I M : 55106110142

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2008

**Liem Hen Lie**

