

**PERAN *BRAND TRUST* DAN *THREAT EMOTIONS*  
DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
JASA PENERBANGAN GARUDA INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Diajukan Oleh :**

**NAMA : GEMA RAMADHAN**

**NIM : 2011-11-156**



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ESA UNGGUL  
JAKARTA  
2015**