

**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**