PENGARUH EKUITAS MEREK TELKOMSEL TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ULANG (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK TELKOMSEL DI BANDUNG)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

TIARA VIKASARI

1201120073

Pembimbing 1

YUDI PRIYADI, ST., M.T

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2015

PENGARUH EKUITAS MEREK TELKOMSEL TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ULANG (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK TELKOMSEL DI BANDUNG)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

TIARA VIKASARI

1201120073

Pembimbing 2

Ir. SOEPARWOTO DHARMOPUTRA, MBT

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2015