

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SMARTPHONE SAMSUNG DI INDONESIA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

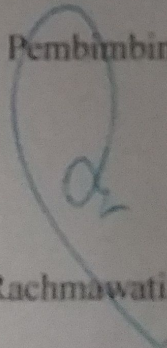
Disusun oleh :

BILAL PANJI PRASETYO

1201134044



Pembimbing :



Indira Rachmawati, ST., MSM

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017