# PENGARUH *BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY, BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND EQUITY* TELKOMSEL (STUDI PADA GENERASI Y DI INDONESIA)

**SKRIPSI**

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


Disusun Oleh :

NADHILA HANIFA

1401140438


**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS TELKOM**
**BANDUNG**
**2018**


**PENGARUH *BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY, BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND EQUITY* TELKOMSEL (STUDI PADA GENERASI Y DI INDONESIA)**

# THE INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY, BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE TO BRAND EQUITY TELKOMSEL (STUDY ON GENERATION Y IN INDONESIA)

**SKRIPSI**

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


Disusun Oleh :

NADHILA HANIFA

1401140438


**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS TELKOM**
**BANDUNG**
**2018**