

HALAMAN PENGESAHAN

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

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

Disusun Oleh:

NADHILA HANIFA

1401140438



Pembimbing



INDIRA RACHMAWATI, S.T., M.S.M.

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2018