PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *BRAND PREFERENCE* DAN *PURCHASE INTENTION BRAND* INDIHOME DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Disusun oleh:

ANGGUN CHAERUNNISA

1401140437

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2018