

**Pengaruh *Brand Positioning* terhadap *Purchase Intention* dengan
Brand Knowledge sebagai Variabel Intervening pada The
Executive Bandung**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:
Hana Siti Rahayu
1501154329



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2019**