PENGARUH *ADVERTISING AWARENESS* TERHADAP *BRAND EQUITY* DI MEDIA SOSIAL TIKET.COM DENGAN *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika

Disusun Oleh:

ALVIAN PUTRA PAMUNGKAS

1401174025

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2021