PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN LAWLESS BURGERBAR DI JAKARTA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Administrasi Bisnis Internasional

Disusun Oleh:
Rafif Iqbal
1501174141

PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
TELKOM UNIVERSITY
BANDUNG
2021