

PENGARUH GREEN BRAND EQUITY TERHADAP GREEN WORD OF MOUTH PADA MEREK EIGER DI KOTA BANDUNG DENGAN GREEN FACTORS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

Nuke Nurdiati

1401184301



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**