PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PETER SAYS DENIM DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Ravie Rahmadhano

1203100137

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2014