HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK LAZADA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:
ARNOLD KELVIANTO HIDAYAT
1401140260

Pembimbing I

20-12-18

Erni Martini, S.Sos., M.M

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2018