

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH
BOTOL SOSRO OLEH MAHASISWA FAKULTAS ILMU TERAPAN TAHUN 2014

Dijadikan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Program Studi
Manajemen Pemasaran

Disusun oleh :

Bobi Sudewa

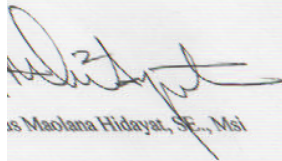
6304110007

om
rsity



mbing,

Pembir


Agus Maolana Hidayat, SE., Msi


Ag

FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2014