

PENGARUH DIMENSI *BRAND EQUITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (STUDI PADA *ONLINE TRAVEL AGENT TIKET.COM*)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Elsya Saktia Ningtias

1201120323



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2019