

PENGARUH IKLAN TELEVISI SAAT BULAN RAMADHAN DAN *BRAND EQUITY* SEBAGAI VARIABEL MEDIATING PADA PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POCARI SWEAT

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :
1501164043
Fairuz Tsaqif



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2020