

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA OJEK ONLINE GOJEK PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF BRAND EQUITY TOWARD
PURCHASE DECISION OF GOJEK ONLINE TAXI BIKE SERVICE
ON THE STUDENT OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA UNIVERSITY***



Oleh:

WAFID MUTARRIF

20140410402

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018