

**PERAN EKUITAS MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH *WORD
OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI**

(Studi pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***THE ROLE OF BRAND EQUITY IN MEDIATING THE EFFECT OF
WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE OF BUYERS***

(Study on students at Muhammadiyah University of Yogyakarta)



Disusun Oleh :

Muhammad Chandra Maulana

20140410265

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018