


SKRIPSI

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*)



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing,


Dr. Siti Dyah Handayani, MM.
NIK : 19650910199311 143 031

Tanggal 20 Agustus 2018

SKRIPSI


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* Diajukan oleh

MUHAMMAD CHANDRA MAULANA
20140410265


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 20 Agustus 2018
Yang terdiri dari


Dr. Siti Dyah Handayani, MM.
Ketua Tim Penguji


Dra. Hasnah Rimiyati, M.Si.
Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, SE., MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.
NIK. 19731218199904 143 068