

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* TERHADAP EKUITAS
MEREK BERBASIS PELANGGAN
(Survei pada Konsumen *E-commerce* HijUp.com di Indonesia)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat Ujian Skripsi Sarjana Pendidikan Pada Program
Studi Pendidikan Manajemen Bisnis**



Oleh

**Intan Permata Dewi
1300524**

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* TERHADAP EKUITAS
MEREK BERBASIS PELANGGAN**

(Survey Pada Konsumen *E-Commerce* Hijup.com di Indonesia)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP
NIP. 19680225 199301 2 001

Lisnawati, S.Pd MM
NIP. 19850112 201012 2 005

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Pendidikan Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pendidikan Indonesia

Ketua Program Studi
Pendidikan Manajemen Bisnis

Prof. Dr. H. Agus Rahayu M.P.
NIP. 19620607 198703 1 002

Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si.
NIP. 19590515 198601 1 001

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis

Intan Permata Dewi
NIM. 1300524

Pengaruh Komunikasi Pemasaran *Online* terhadap Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen *E-Commerce* Hijup.com di Indonesia)

Oleh:
Intan Permata Dewi
1300524

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Intan Permata Dewi
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2017

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis