352/UN40.A7.D1/PI/2017

PENGARUH DIMENSI *BRAND PERSONALITY* TERHADAP EKUITAS MEREK

(Studi Kasus Produk Lipstik Oriflame pada
Komunitas *Fanpage Facebook* Oriflame Indonesia**)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis

Oleh

Meisya Permatasari
1304841

FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2017

PENGARUH DIMENSI *BRAND PERSONALITY* TERHADAP EKUITAS MEREK

(Studi Kasus Produk Lipstik Oriflame pada
Komunitas *Fanpage Facebook* Oriflame Indonesia)

Oleh:
Meisya Permatasari
1304841

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

©Meisya Permatasari
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

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DIMENSI *BRAND PERSONALITY* TERHADAP EKUITAS MEREK
(Studi Kasus Produk Lipstik Oriflame pada Komunitas *Fanpage Facebook* Oriflame Indonesia)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos.,S.Pd.,M.M.	Dr. Puspo Dewi Dirgantari, M.T., M.M.
NIP. 19690404 199903 1 001	NIP. 19820830 200502 2 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia	Ketua Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis
Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P	Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si.
NIP. 19620607 198703 1 002	NIP. 19590515 198601 1 001

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis

Meisya Permatasari
NIM. 1304841