

PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*

(Survei Pada Pengguna *Smartphone* Sony Ericsson di Fakultas Pendidikan
Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Ujian Sidang
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Universitas Pendidikan Indonesia



Disusun oleh

ANGGI SEPTIAN

0607906

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2013

Anggi Septian, 2013

Pengaruh Brand Equity Terhadap Customer Loyalty (Survei Pada Pengguna Smartphone Sony
Ericsson di Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(Survei Pada Pengguna *Smartphone* Sony Ericsson di FPEB UPI)**

**ANGGI SEPTIAN
0607906**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M. Si
NIP. 19680225 199301 2 001

Heni Hendrayati, S.IP, MM
NIP. 19761011 200501 2 002

Mengetahui:
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Vanessa Gaffar, SE.AK, MBA
NIP. 19740307 200212 2 001

**Program Studi Manajemen
Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pendidikan Indonesia
2013**

**PENGARUH *BRAND EQUITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(Survei Pada Pengguna *Smartphone* Sony
Ericsson di Fakultas Pendidikan Ekonomi
dan Bisnis Universitas Pendidikan
Indonesia)**

Oleh
Anggi Septian

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

© Anggi Septian 2013
Universitas Pendidikan Indonesia
Oktober 2013

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