

**PERAN BRAND EQUITY SEBAGAI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG
(STUDY PADA MAHASISWA ADMINISTRASI NEGARA FISIP
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



Disusun Oleh:

Maidan Fahmi

1209802073

BANDUNG

2016

