

**PENGARUH *BRAND POSITIONING* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SMARTPHONE XIAOMI***

(Studi Kasus Pada Konsumen di BEC Kota Bandung)

*“The Effect of Brand Positioning and Brand Equity Purchase
Decision Smartphone XIAOMI”*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Dalam Menempuh Jenjang S1
Program Studi Manajemen
Oleh :

Rifky Solehudin Abdul Jalil

21218081



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA BANDUNG

2022

