ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (BRAND EQUITY) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA SERTA IMPLIKASINYA PADA MINAT MEREFERENSIKAN

Oleh

Didi Subandi

61.101.09.004

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2010