ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP EKUITAS MEREK MENGGUNAKAN METODE *STRUCTURAL EQUATION MODELING* (Studi Kasus : Pengguna *Mobile Broadband Service* Telkomsel di Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Statistika



Disusun oleh:
Dwi Rahma Kartika Sari
(15611140)

PROGRAM STUDI STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2019