

**MEMBANGUN *BRAND EQUITY* DENGAN *BRAND COMMUNICATION* DAN
CITY BRANDING KOTA TASIKMALAYA SEBAGAI KOTA KERAJINAN
BERDASARKAN *UNIQUE SELLING PROPOSITION***

(Kasus Pada Masyarakat Kota Tasikmalaya)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen

Oleh:

ASEP TARMAN HIDAYAT

153402017



PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SILIWANGI

TASIKMALAYA

2019