

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN
FLEKSIBILITAS TRANSAKSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM DALAM
PEMBELIAN EMAS ANTAM DI KOTA BANDUNG**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND
TRANSACTION FLEXIBILITY ON MUSLIM CONSUMER
SATISFACTION IN PURCHASING ANTAM GOLD
IN BANDUNG***

تأثير صورة العلامة التجارية, الثمن , و مرونة المعاملة على الرضا مستهلك مسلم
في شراء الذهب أنتام في مدينة بندونج

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister
pada Program Studi Ekonomi Islam

Oleh :

Luthfi Ahmad Fariz

NIM 2230020033



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI
PROGRAM PASCA SARJANA
BANDUNG
TAHUN 2025**