PERAN MEDIASI KEPERCAYAAN MEREK PADA

HUBUNGAN CITRA MEREK DAN LOYALITAS KONSUMEN

PRODUK KERUDUNG RABBANI

(Studi Kasus pada Siswi SMAN 1 Kota Tasikmalaya)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Disusun Oleh :

Windy Widyawati

NIM : 1178020252

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

2021 M /1442 H