

**ANALISIS PENGARUH NAMA MEREK, PEMASARAN  
PENGALAMAN TERHADAP NIAT MEMBELI ULANG PADA  
PENGGUNA *SMARTPHONE* XIAOMI  
(STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEBI  
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG)**

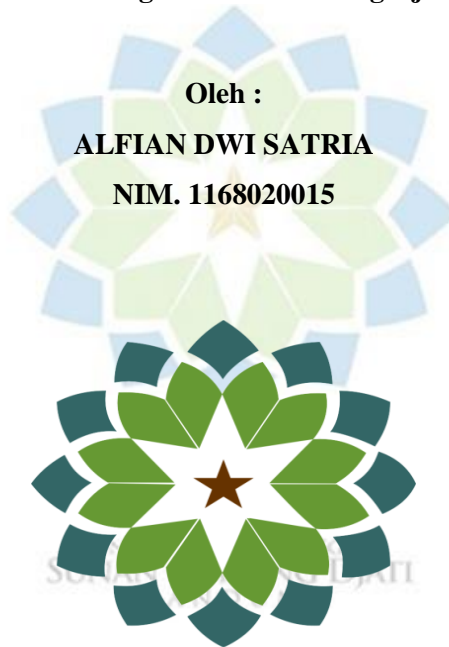
**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung**

Oleh :

**ALFIAN DWI SATRIA**

**NIM. 1168020015**



**uin**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG  
2021**