

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

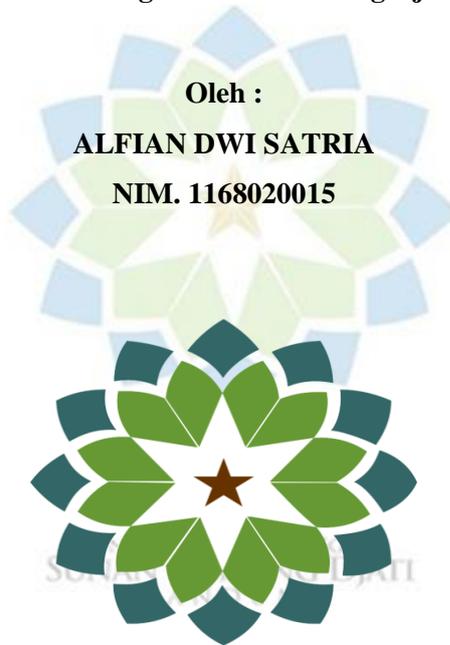
SKRIPSI

**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**