PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PENGGUNA SAMSUNG ANDROID DI BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

R.Yoga Harun Herlambang

1501154159

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2020