

PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT PRICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN TIONGKOK *SKINCARE PRODUCT*

TESIS

Disusun Oleh:

Sugeng Hannanto

2501222029



PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2025