

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESESUAIAN CITRA DIRI DAN
KEPUASAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG SMARTPHONE**

**(STUDI KASUS PADA PENGGUNA XIAOMI PADA PERUSAHAAN GOAL MOBILE
INDONESIA DI BANDUNG ELECTRONIC CENTER)**

*The Effect of Brand Trust, Self Image Congruence and Usage Satisfaction on Smartphone
Repurchase Intention: (Case Study on Xiaomi Bandung Electronic Center)*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memenuhi Skripsi Manajemen

Pemasaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Komputer Indonesia

Oleh:

Nurfadilla Wardi

21218227



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2022**