

LEMBAR PENGESAHAN

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)

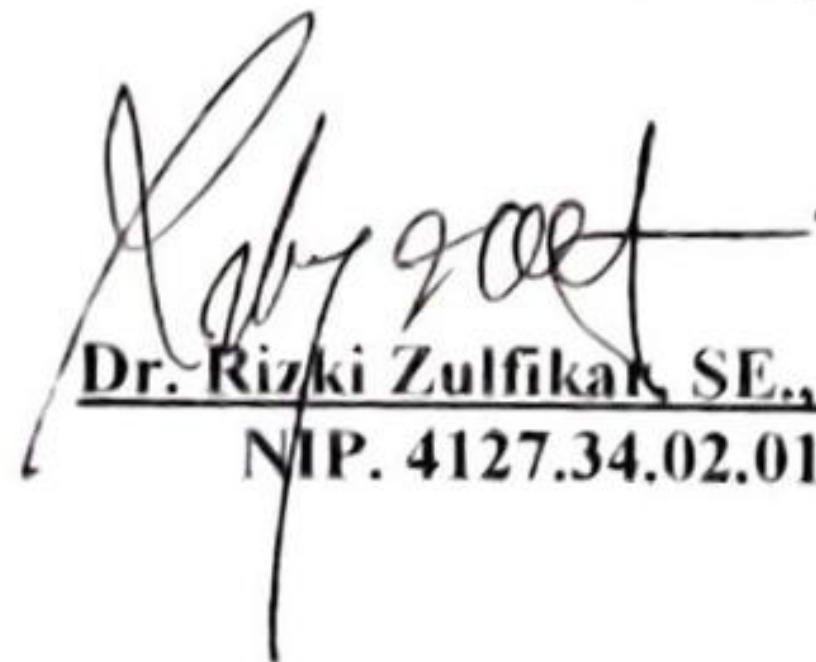
The Effect of Brand Trust, Self Image Conruence and Usage Satisfaction on Smartphone Repurchase Intention (Case Study on Xiaomi Bandung Electonic Center)

Disusun Oleh :
Nurfadilla Wardi
NIM. 21218227

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi
Pada September 2022


Menyetujui,

Dosen Pembimbing

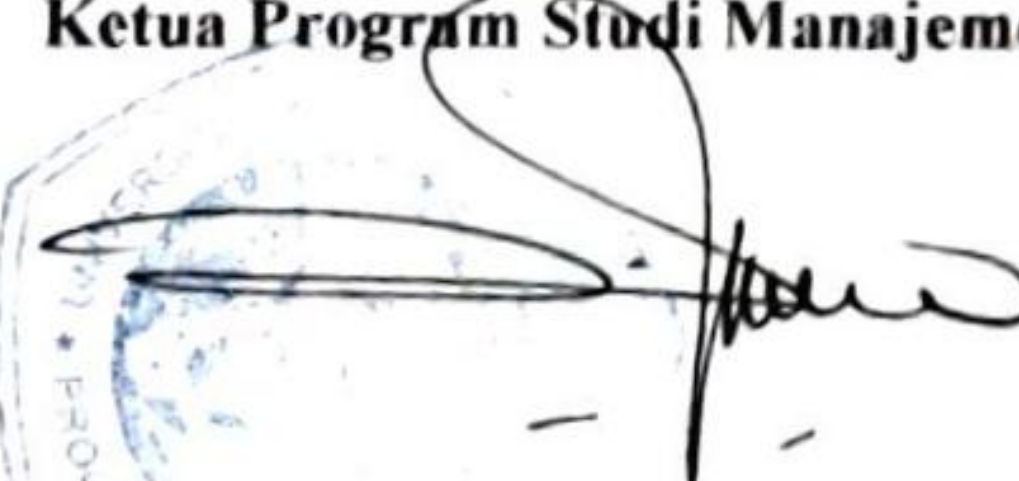

Dr. Rizki Zulfikar, SE., M.Si.
NIP. 4127.34.02.019

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 4127.34.03.006

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Linna Ismawati, S.E., M.Si.
NIP. 4127.34.02.008