PENGARUH BRAND IMAGE DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

PADA USAHA ONLINE WATCHGALLERY INDONESIA BANDUNG

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh Jenjang S1

Program Studi Manajemen

Oleh:

Wahyu Azizar

21211045



PROGRAM STUDI MANAJAMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

2016