UNIVERSITAS ESA UNGGUL

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CORPORATE IMAGE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA KONSUMEN PRODUK-PRODUK KELUARAN PT. COCA COLA AMATIL INDONESIA DI WILAYAH JAKARTA BARAT.

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

NAMA: NOVI INDAH LESTARI

NIM: 201511307

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

2019

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CORPORATE IMAGE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA KONSUMEN PRODUK-PRODUK KELUARAN PT. COCA COLA AMATIL INDONESIA DI WILAYAH JAKARTA BARAT.

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

NAMA: NOVI INDAH LESTARI

NIM: 201511307

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

2019