PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN

(STUDI KASUS PADA KELURAHAN PAGEDANGAN, TANGERANG YANG MEMBELI AIR MINUM DALAM KEMASAN GALON MEREK AQUA)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian

Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Diajukan oleh :

OKA PAJAR SAKTI

2012 – 11 – 110

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

JAKARTA

2016