

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN SISWA MEMILIH SMK DWIJA BHAKTI 2
JOMBANG DENGAN *WORD OF MOUTH* POSITIF SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus Pada Siswa Angkatan 2019)**

SKRIPSI



M Nurul Rizka Pradana

1561042

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JOMBANG

2019