

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(Studi pada Konsumen *Smartphone* Samsung di Kota Jombang)

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



FARIZ DEWANTARA
NIM. 1761151

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI DEWANTARA JOMBANG
2021