

**PENGARUH CITRA TOKO, ATMOSFER TOKO, ASOSIASI MEREK,
DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG TEMPO GELATO**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Muhammad Daffa Andyraka

141150390

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2019