

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG
MELALUI LOYALITAS MEREK PADA PRODUK COLOGNE MASTER**

(Survei pada Pelanggan Pria di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

IRFAN HARDIANSYAH PUTRO

NIM. 141160130

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2020