

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*,  
*PERCEIVED QUALITY*, *BRAND LOYALTY*, DAN *BRAND PREFERENCE*  
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK CONVERSE**

**(Survei Pada Mahasiswa Pengguna Produk Converse Di Kota Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

disusun oleh:

**Wardana Hardi Saputra**

NIM. 141130110

**PRODI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2020**