

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND LOYALTY DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

(Survei Pada Pembeli Produk Uniqlo di D.I. Yogyakarta)

SKRIPSI



SELVY VAISTA MAHARANI

NIM. 141200263

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2024