PENGARUH IKLAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABLE INTERVENING

(Studi Kasus Pada Air Mineral Dalam Kemasan Merek AQUA)

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

NOVIKA WINDA PASHA

NIM 152200044

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

2025