

**PENGARUH *PERCEIVED BRAND AUTHENTICITY* TERHADAP *SELF-BRAND CONGRUENCE* SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *CONSUMER SATISFACTION* DAN *BRAND LOVE*  
(Kasus Pada Pengguna *smartphone* iPhone di Kota Tasikmalaya)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Siliwangi

Oleh :

**VIAN HERDIANA  
163402049**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SILIWANGI  
2022**