

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ISLAMIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen PT Dthree Sukses Mulia Kota Tasikmalaya)

SKRIPSI

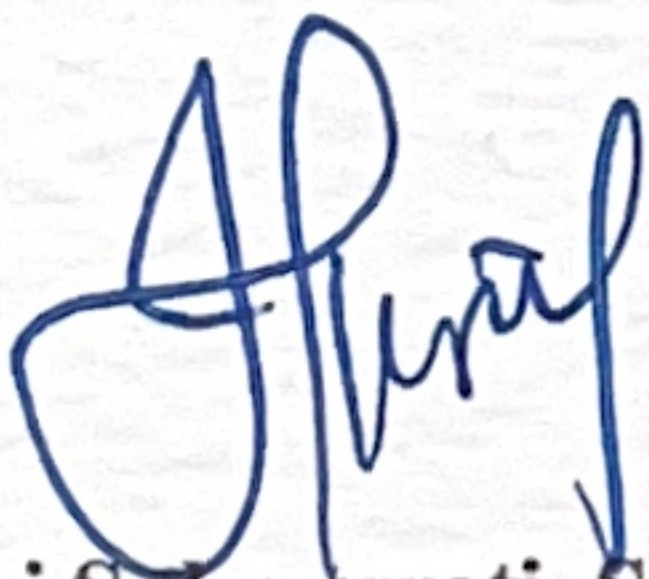
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi

Oleh:

Muhammad Agil Nur Ilman
221002137

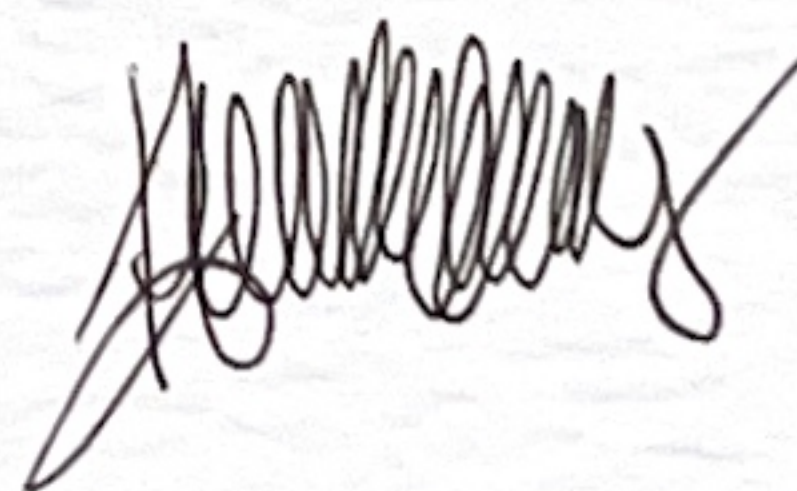
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Hj. Heni Sukmawati, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197709052021212005

Pembimbing II

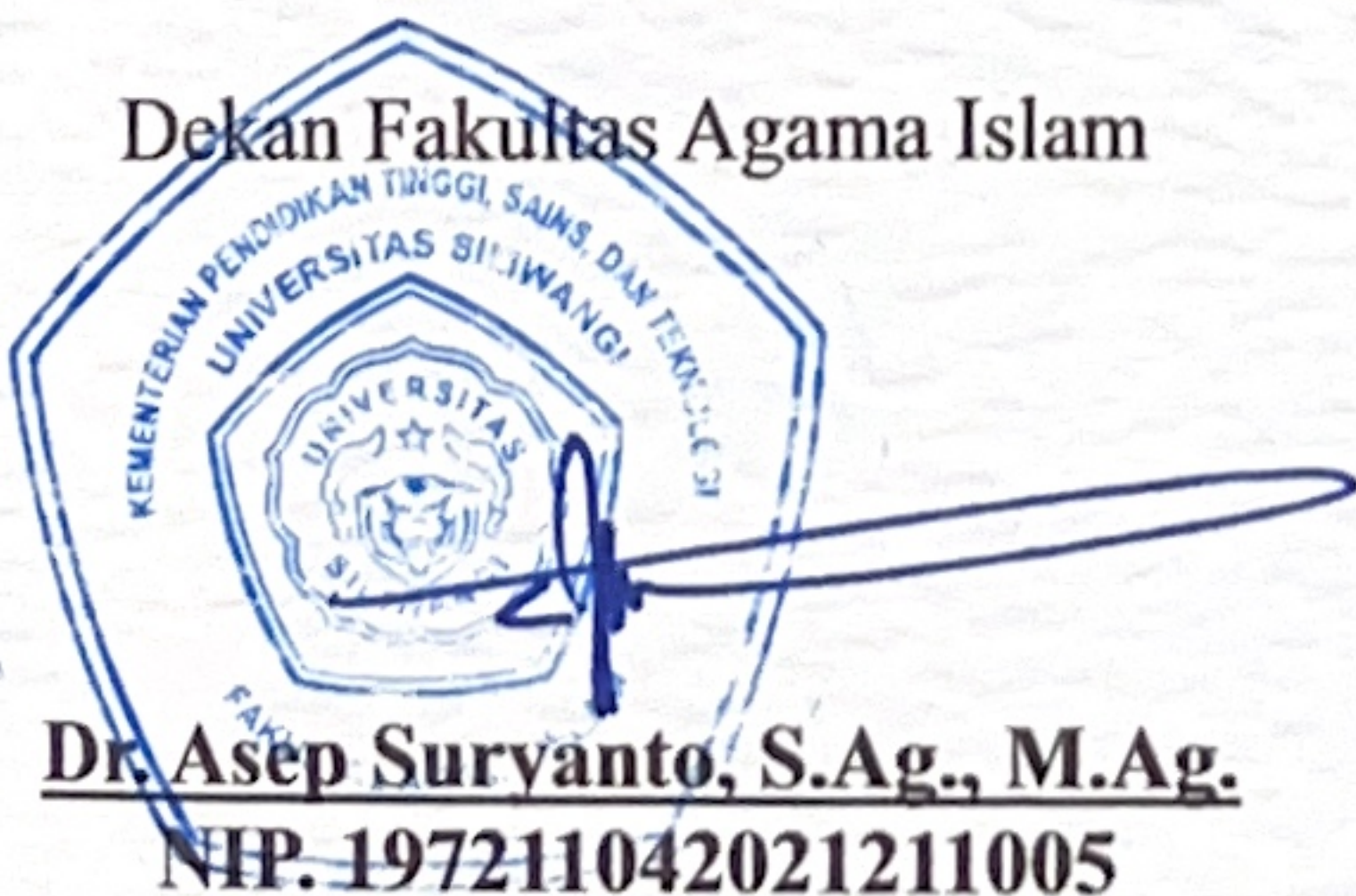


Muhammad Dzulfaqori Jatnika, S.Pd., M.S.E.I.
NIP. 199501262022031009

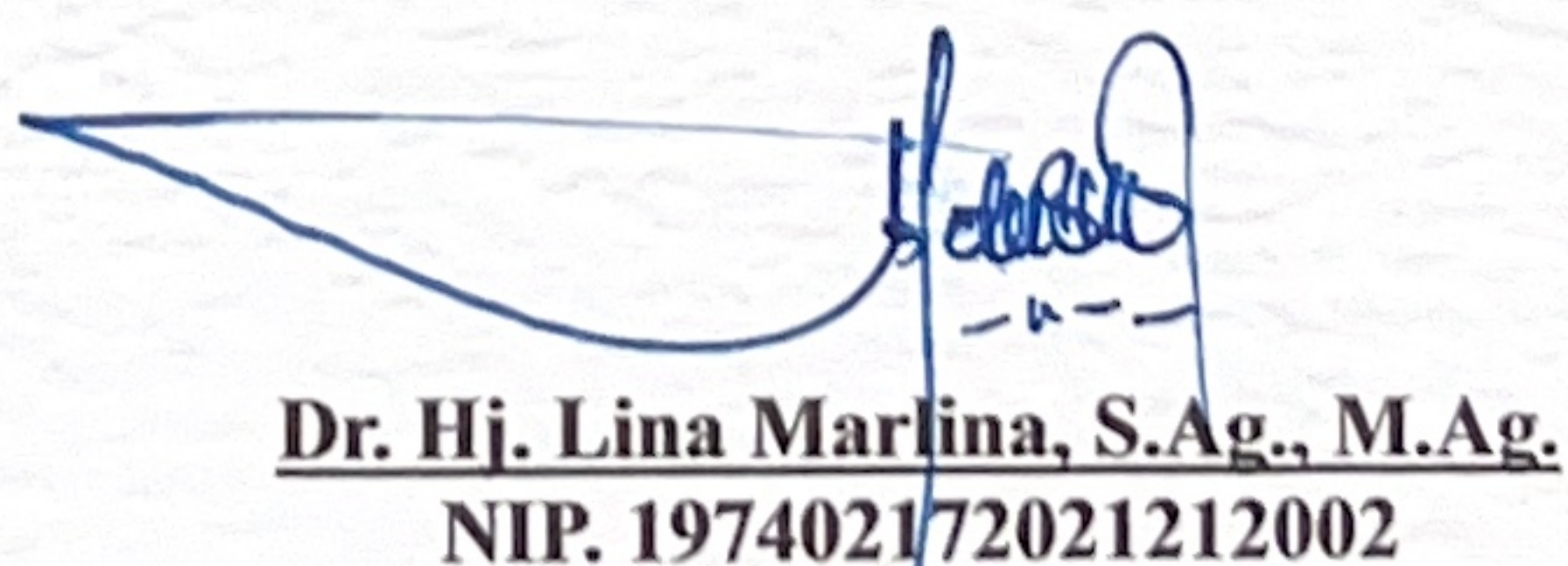
Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Asep Suryanto, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197211042021211005



Dr. Hj. Lina Marlina, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197402172021212002