

**PERAN *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN
CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI MEDIASI
PRODUCT QUALITY TERHADAP *CUSTOMER*
*LOYALTY***

(Kasus konsumen Wardah di Jawa Barat)

Oleh:

Aura Dinda Anisa

213402159

SKRIPSI

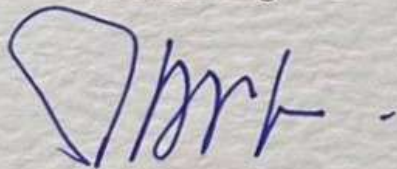
Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar sarjana

Pada Jurusan Manajemen Disetujui Tim Pembimbing

Untuk Disidangkan dan Diuji pada tanggal tertera di Bawah ini

Tasikmalaya, 3 Juni 2025

Pembimbing I



(Prof. Dr. H. Kartawan, S.E., M.P.)
NIDN. 0404076201

Pembimbing II



(Adhitva Rahmat Taufiq, S.E., M.Si.)
NIDN. 0401128503

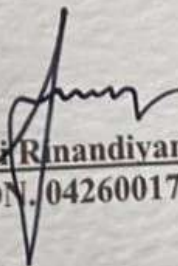
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. H. Ade Komaludin, S.E., M.Se.)
NIDN. 0420096201

Ketua Jurusan Manajemen



(R. Lucky Ratri Rinandiyana, S.E., M.Si.)
NIDN. 04260017801