

PENGARUH *BRAND NAME* DAN *QUALITY PRODUCT* TERHADAP *BRAND*

***LOYALTY* PADA SABUN MANDI CAIR MEREK CITRA**

**(Suatu Penelitian Terhadap Mahasiswa S1 Manajemen angkatan 2011-2013
STIE Ekuitas)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Sarjana Ekonomi

Program Studi S1 Manajemen

RINI RESMAWATI

NPM : A10110180



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS

BANDUNG

2015