

**PENGARUH *WORD OF MOUTH MARKETING* (WOMM) DAN
PERCEIVED PRICE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
PRODUK *PRIVATE LABEL***

(Studi kasus Konsumen Minimarket di Kota Bandung)

Oleh

IRMA AMBARSARI

A22150053

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
Gelar Magister Manajemen (S2)



PROGRAM PASCASARJANA

MAGISTER MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS

2018