



ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DENGAN *PERCEIVED QUALITY* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK IPHONE DI JABODETABEK

TESIS

**Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen dalam Program Studi
Magister Manajemen pada Sekolah Pascasarjana Universitas Yarsi**

ARYA DARMAWAN SETYAJI

210.2020.001

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

SEKOLAH PASCASARJANA

UNIVERSITAS YARSI

2023