

**ANALISA PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,  
*BRAND ASSOCIATIONS*, DAN *BRAND LOYALTY* MIE INSTAN MEREK  
SARIMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SUPERMARKET X  
DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana  
Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Bisnis dan Manajemen  
Universitas Widyatama



**Disusun oleh :**

**NAMA : Leonita Martha Atmadjaja**

**NPM : 0214124010**

**FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS WIDYATAMA**

Terakreditasi (Accredited) Peringkat "A"  
SK. Ketua Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT)  
Nomor : 091/SK/BAN-PT/AK-XV/S1/II/2013  
Tanggal 21 Februari 2013

**BANDUNG  
2017**