

**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

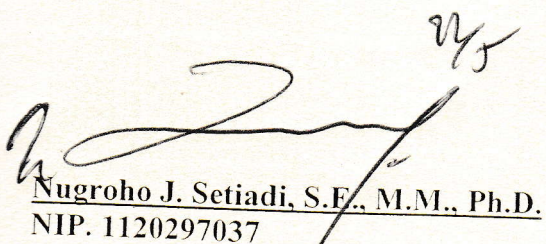
Skripsi Ini Disetujui

Tanggal

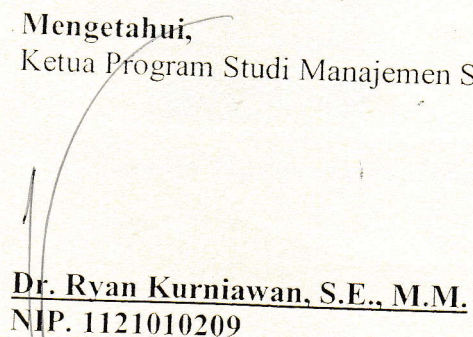
Oleh
Dosen Pembimbing.

Mariana Rachmawati, Dr., S.E., M.M.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Bisnis dan Manajemen


Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M., Ph.D.
NIP. 1120297037

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen S1


Dr. Ryan Kurniawan, S.E., M.M.
NIP. 1121010209

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Leonita Martha Atmadjaja
Tempat Tanggal Lahir : Bandung, 29 Juli 1991
Jurusan : Manajemen S1
Fakultas : Bisnis dan Manajemen
Judul Skripsi :

Analisa Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Associations, dan Brand Loyalty Merek Sarimi Terhadap Keputusan Pembelian di Supermarket X di Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benas keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Widyatama.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Bandung, 13 Mei 2017



Leonita Martha Atmadjaja