PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PRODUK ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR PT. ASURANSI CENTRAL ASIA BANDUNG

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

NAMA : Khairunnisa

NPM : 0209U058

FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS WIDYATAMA

Terakreditasi (*Accredited*) "A"

SK. Ketua Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT)

Departemen Pendidikan Nasional

Nomor : 091/SK/BAN-PT/AK-XV/S/II/2013

Bandung

2013