PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA SALAPAK MIKROSHOP BANDUNG)

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu dari syarat untuk memperoleh gelar

Magister Manajemen

Disusun Oleh:

Dian Mega Pratiwi

231441055

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS PASCASARJANA

UNIVERSITAS WIDYATAMA

BANDUNG

2026