PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA RESTORAN SOLARIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:
Euzebia Regina Contanigfiesta Matulandi
1501210360

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025