ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY,* DAN *RESALE VALUE* TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN PRODUK OTOMOTIF CHINA DAN JEPANG DI INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

PANJI SATRIA HARIMURTI
NIM. 12010118140357

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022