

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada konsumen Coca-Cola di Yogyakarta)

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND QUALITY OF PRODUCTS TO
CONSUMER LOYALTY WITH DECISIONS OF PURCHASING AS
INTERVENING VARIABLES**

(study on Coca-Cola customers in Yogyakarta)



SKRIPSI

Oleh:

ANWAR SANUSI

20130410007

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017