

SKRIPSI

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND REPUTATION* DAN *BRAND IMAGE* DAN PENGARUHNYA TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *REPURCHASE INTENTION* DI TOKOPEDIA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : SANDYNOV CHRISTIAWAN

NPM : 01011170437



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**