KEKUATAN *BRAND TRUST* DAN *SELF-BRAND CONNECTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK *FASHION* SYAR'I *HOUSE OF KAGE* SUKABUMI

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang administrasi Bisnis

Oleh

ANY OCTAVIANY

1530821001

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUKABUMI

SUKABUMI

2019