

PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) DAN IKLAN TERHADAP LOYALITAS

PEMBELIAN PRODUK MUEEZA BORDIR

(Studi Pada Konsumen Mueeza Bordir Cinunuk)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan
Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati

Bandung



uin

Disusun Oleh :

Lita Nurmala

1148020176

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI

BANDUNG

2018