

TESIS

PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *PERCIEVED VALUE* DAN *BRAND IMAGE* PADA SIKAP YANG BERDAMPAK PADA MINAT BELI MOBIL WULING



Disusun oleh:

ANDRIAN CHANDANA DEVA

2018204448

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS KALBIS

JAKARTA

2020