

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *RESALE VALUE* TERHADAP
KEPUASAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK OTOMOTIF CHINA DAN JEPANG DI
INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

PANJI SATRIA HARIMURTI
NIM. 12010118140357

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022