



**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED VALUE OF COST*,
TRUST, *BRAND IDENTIFICATION*, DAN *PRODUCT INFORMATION
QUALITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY* YANG DI MEDIASI OLEH
CUSTOMER SATISFACTION PADA KONSUMEN PENGGUNA
PERANGKAT LAPTOP ASUS DI INDONESIA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen

WILLIAM MARTIN

117.20.1049

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022