

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *BRAND IMAGE*

TERHADAP MINAT BELI ULANG

(Survei Pada Konsumen Gerobak Kopi Dibalik Senja)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Sidang Skripsi

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Tiana Latiefany

164010155



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PASUNDAN

BANDUNG

2022

