

Pengaruh *Brand Positioning* dan *Brand Awareness* Terhadap *Repurchase intention* dan *Consumer Satisfaction*

(Studi Pada Tokopedia)



Disusun Oleh:

Tasya Amanda

20181111067

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

INDONESIA BANKING SCHOOL

2022