

Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image, Media Sosial* terhadap
Keputusan Menabung di Unit Usaha Syariah PT Bank CIMB Niaga TBK

Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh Gelar Magister Manajemen (MM)



Oleh:

Nur Trismantara

20173111056

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
INDONESIA BANKING SCHOOL
JAKARTA
2020**