PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN HAJI BNI SYARIAH CABANG CIBUBUR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta

Nama : Annisa Husna Fadhilah

NIM : 43114010108

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2019

http://digilib.mercubuana.ac.id/