

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA JUNG COFFEE**

**ANA MARIA**

**1707617013**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST AND  
QUALITY OF SERVICE ON REPURCHASE DECISIONS WITH  
CUSTOMER SATISFACTION AS MODERATING VARIABLES  
IN JUNG COFFEE**

**ANA MARIA**

**1707617013**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis is organized as one of the requirements for obtaining Bachelor of Educational  
Faculty of Economics State University of Jakarta*

***BUSINESS EDUCATION STUDIES PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2022**