

**PENGARUH *PERCEIVED BRAND AUTHENTICITY* TERHADAP *SELF-BRAND CONGRUENCE* SERTA DAMPAKNYA TERHADAP *CONSUMER SATISFACTION* DAN *BRAND LOVE*
(Kasus Pada Pengguna *smartphone* iPhone di Kota Tasikmalaya)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Siliwangi

Oleh :

**VIAN HERDIANA
163402049**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
2022**