

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*  
DAN *BRAND AFFECT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM DALAM  
KEMASAN CLEO PURE WATER  
DI KOTA BANJARMASIN  
(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Banjarmasin Utara dan  
Banjarmasin Barat)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program S-1 Manajemen  
pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin**



**Oleh :**

**AULIA RAHMAN  
NPM. 3031710070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA  
(STIMI) BANJARMASIN  
2021**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*  
DAN *BRAND AFFECT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM DALAM  
KEMASAN CLEO PURE WATER  
DI KOTA BANJARMASIN  
(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Banjarmasin Utara dan  
Banjarmasin Barat)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**AULIA RAHMAN  
NPM. 3031710070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA  
(STIMI) BANJARMASIN  
2021**