PENGARUH *BRAND IMAGE, E-WOM* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABLE INTERVENING PADA PT. SINAR SENTOSA PRIMATAMA

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Jambi

Oleh :
ADLI KURNIAWAN
(P2C222022)

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI
2025