

**PENGARUH *EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT*
TERHADAP BRAND CREDIBILITY, CUSTOMER-BASED
BRAND EQUITY DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
(Studi pada PT Kreasi Intan Nusantara (KoKe))**

Tesis

Untuk Menyusun Tesis S-2
Dalam Program Studi Manajemen



Diajukan oleh

Suhendra

20/465361/PEK/26364

Kepada

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS GADJAH MADA

2022