

**ANALISIS PENGARUH BELANJA IKLAN  
TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN  
PERSEPSI KUALITAS, CITRA TOKO DAN  
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA KLINIK KECANTIKAN DI BATAM)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Jenjang Pendidikan Strata I

Oleh:

**FARIDATUL ALIYAH**

NPM: 1241085



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM**

**2016**