

**ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING*,
SERVICE QUALITY, DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Burjoni di Kota Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro
Disusun oleh:

PRANYOTO TANGGUH JATI PAMUNGKAS
NIM. 12010118140349

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024