

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *TRUST* TERHADAP *COSTUMER LOYALTY* DENGAN *COSTUMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

**(Studi Pada Pengguna Produk Sepatu Tomkins 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:

VERDA ALTAVANI

NIM. 12010121120048

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025