

**PENGARUH *BRAND IDENTIFICATION* DAN
BRAND EXPERIENCE TERHADAP *BRAND*
LOYALTY MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi pada
Pelanggan Netflix di Medan, Sumatera Utara)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

Jessicasonia Eulina Br. Sinuraya

NIM. 12010119120038

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2023