

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*  
DAN *SYMBOLIC VALUE* TERHADAP *BRAND*  
*LOYALTY* IPHONE DENGAN *ACTUAL SELF-*  
*CONGRUENCY* DAN *CUSTOMER*  
*INVOLVEMENT* SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING***



**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh:**

**ERNITA VANIA**

**NIM. 12010120410076**

**FEB UNDIP**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2022**