

**ANALISIS PENGARUH BRAND EXPERIENCES
TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI
PERCEIVED QUALITY DAN BRAND TRUST
SEBAGAI VARIABLE INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Foundation Maybelline
Pada Platform Shopee)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

STELLA
NIM : 12010122130155

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**