

**ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
DENGAN KECINTAAN MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

SRI ENDANG

NIM. 12010116120020

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021