

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED CUSTOMER VALUE*,
PRICE, AND *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Pada Pelanggan Konsumen Brand Erigo di Semarang)



SKRIPSI

Dibentuk untuk penyelesaian Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

HELENA SIREGAR

NIM. 12010121120066

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2025