

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI *BRAND LOVE* DAN
BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA PENGGUNA *SMARTPHONE XIAOMI*
(Studi Konsumen Kota Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

VIONA DAISY PRADINTA PUTRI

NIM. 12010122120049

AN JUDUL

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026