



UNIVERSITAS INTERNASIONAL
SEMEN INDONESIA

SKRIPSI – MG12SK46

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK DAMELIA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DAMELIA DI REMBANG)

Oleh:

ARIFATUS SAADAH

NIM: 1011810012

DOSEN PEMBIMBING

MARISYA MAHDIA KHOIRINA, S.M., M.M.

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
TAHUN 2022**