

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI *MARKETING MIX*
4P TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Pada Kedai-Kedai Kopi di Kecamatan Tembalang, Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

MUHAMMAD DAFFA IHSAAN ZULHAIDI

NIM. 12010116140110

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2020