

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*
DAN *SYMBOLIC VALUE* TERHADAP *BRAND*
LOYALTY IPHONE DENGAN *ACTUAL SELF-*
CONGRUENCY DAN *CUSTOMER*
INVOLVEMENT SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh:

**ERNITA VANIA
NIM. 12010120410076**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**