

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*,
CUSTOMER EXPERIENCE, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Erigo di Kota Semarang pada
Platform Shopee)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

MUHAMAD TAQI FARISI
NIM. 12010118130211

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025