

**ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN MEREK, PERSEPSI
KUALITAS, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN MCDONALD'S DI KOTA
SEMARANG)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

AHMAD FAQIH

NIM. 12010121130159

**FEB UNDIP
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**