

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA *MOBILE BANKING* BCA DI KOTA SEMARANG



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

AKBAR HIDAYAH

12010121140277

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2025