

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT DENGAN
GAMIFICATION SEBAGAI MODERATOR
(Studi pada Pengguna Platform Komunitas Resmi
Brand HoYoLAB di Indonesia)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

AGIVE OLIVIA SINAGA
NIM. 12010121130132

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