

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN DAN BRAND IMAGE SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI ULANG
MASKAPAI LION AIR**
(Studi pada konsumen maskapai Lion Air 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:

ARINE MAGNA KOMALA

NIM. 12010113140167

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2018