

**ANALISIS PENGARUH *INTERACTIVE COMMUNICATION*, *INCENTIVE PROGRAM*,
DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP BANK
CUSTOMER DECISION MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna Mobile Banking BNI)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh:

ZULFIKAR ADITYA RACHMAN

NIM. 12010121420165

FEB UNDIP

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**