

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EVALUATION*,
BRAND TRUST, DAN *BRAND SATISFACTION*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI
BRAND RELATIONSHIP
(Studi Pengguna *Service Provider Seluler* Telkomsel di kota Semarang)**



SKRIPSI

Disusun sebagai syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**IMAN KHUSNI IBADI
NIM. 12010112120019**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG
2017**