

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN  
PENGALAMAN DAN PERSEPSI NILAI  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN,  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN  
DU CAFE DI SEMARANG**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**RIRIS DWI KARTIKA  
NIM. 12010114120063**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2018**