PENGARUH IMPLEMENTASI *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pandanaran)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

NURULITA JUNISTYANINGRUM

NIM. C2A009151

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015