

**PENINGKATAN *BRAND SATISFACTION* DAN
BRAND TRUST BERBASIS *BRAND VALUE*
TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(STUDI PADA PENGGUNA APPLE IPHONE DI SEMARANG)**



TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
Memperoleh gelar derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh:

HARRY CHRISTYAWAN, SE

NIM 12010117410077

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**