

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY FINANCIAL TECHNOLOGY : E-WALLET*
(Studi pada Pengguna DANA di Kota Semarang)**



SKRIPSI

**Teta Kirana Pangestika
NIM: 12010117130128**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2021**