

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada The House Of Raminten Yogyakarta)

THE EFFECT OF *EXPERIENTIAL MARKETING* TOWARD *CUSTOMER LOYALTY* WITH *CUSTOMER SATISFACTION* AS INTERVENING VARIABLE

(A Case Study On The House Of Raminten Yogyakarta)

Skripsi

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

Fitria Tsabita

20120410044

**PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2016