

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *EMOTIONAL BRANDING* DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Survei Konsumen Operator Simpati di Yogyakarta)

*THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING, EMOTIONAL BRANDING AND
BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY*
(Consumer Survey Simpati Operator in Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Elen Rido

20120410347

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2016