

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK EIGER ADVENTURE DI PURWOKERTO.



Oleh :

MUHAMMAD WAFIUDIN

20210208092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2025**

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND TRUST* DAN *BRAND SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK EIGER ADVENTURE DI PURWOKERTO.



Oleh :

MUHAMMAD WAFIUDIN

20210208092

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Sosial, Ekonomi dan Humaniora Universitas
Nahdlatul Ulama Purwokerto**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2025**