

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP  
*BRAND LOYALTY* DENGAN *BRAND AWARENESS*, *BRAND  
PERSONALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING UNTUK *BRAND ORONAMIN C***

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister dari Program Studi Magister Manajemen

**Disusun Oleh:**

**MUHAMMAD SIDIQ NUGRAHA**

**2401201006**



**MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSTAS TELKOM  
BANDUNG  
2022**