HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DENGAN VARIABEL MEDIASI *BRAND ATTACHMENT* DAN *CUSTOMER TRUST* (STUDI PADA PELANGGAN TRAVELOKA)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh :

IKA VENDHEA ALIVIA FEBRIANTI

NPM : 1401174093

Pembimbing ,

Dr. Teguh Widodo, S.E., S.T., M.M.

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2021