

PENGARUH *SENSORY MARKETING*, *BRAND EXPERIENCE*, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI DILAKUKAN PADA KONSUMEN PRODUK *LUXURY BRAND*)

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Magister Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

Adib Al Fikry

205012310065



**PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**