

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

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Dicky Andika Putra

1401200012



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**