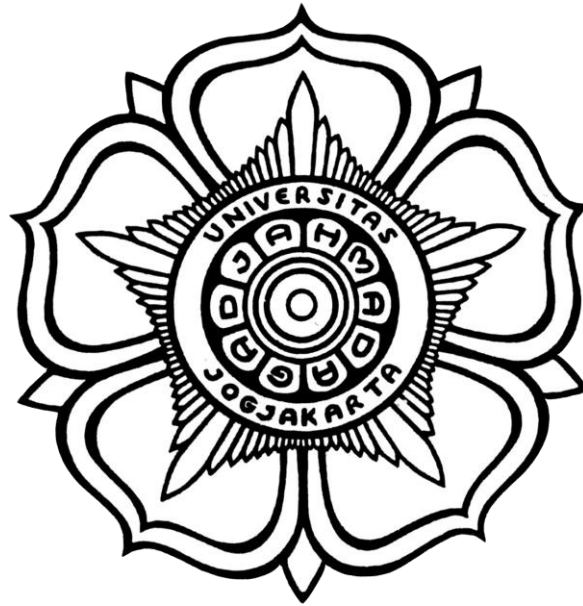


**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK
SEPATU SNEAKERS DENGAN IKATAN EMOSIONAL MEREK DAN
KECINTAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



Oleh:

Muhammad Reyhan Pradipta

16/397194/EK/21150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2021**