

**PERAN KECINTAAN MEREK DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN  
ANTARA PENGALAMAN MEREK DAN LOYALITAS MEREK DAN  
PENGARUH KUALITAS YANG DIPERSEPSIKAN SEBAGAI VARIABEL  
PEMODERASI**

Tesis

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S2

Program Studi Magister Sains Manajemen



Oleh:

RONY ADI KURNIAWAN

16/402526/PEK/22061

**PROGRAM STUDI MAGISTER SAINS MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS GADJAH MADA**

**YOGYAKARTA**

**2019**