



Pengaruh penggunaan experiential marketing pada rumah makan apung kampung laut Semarang pada emosi

(Basic dan VIP Emotion) dan loyalitas konsumen

ARDYAN, Elia, Basu Swastha Dharmaprestia, Prof. Dr. M. B. A.

Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**PENGARUH PENGGUNAAN EXPERIENTIAL MARKETING
PADA RUMAH MAKAN APUNG KAMPUNG LAUT SEMARANG
PADA EMOSI (BASIC DAN VIP EMOTION) DAN
LOYALITAS KONSUMEN**

Thesis

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen
Jurusan Ilmu-ilmu Sosial



diajukan oleh
ELIA ARDYAN
18366/PS/MM/05



Kepada
**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2010**