SKRIPSI

UPAYA PENINGKATAN LOYALITAS MENGGUNAKAN *CAUSE-RELATED MARKETING* DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN KETERLIBATAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Oleh:

FACHREZY NUR RAMADHAN

NIM C1B019058

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

2023