

SKRIPSI

**PENGARUH *SENSORY BRAND EXPERIENCE* TERHADAP
BRAND LOVE DENGAN *BRAND AUTHENTICITY*
SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI
(STUDI PADA PELANGGAN KAFE LOKAL DI PURWOKERTO)**



Disusun oleh :
REZANTO NURUDIN
NIM C1B021040

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2025**