

**PENGARUH *ENTERTAINMENT*, *INTERACTION*, DAN
CUSTOMIZATION TERHADAP *BRAND LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER ENGAGEMENT*, *PERCEIVED*
VALUE, DAN *CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY*
(Survey pada Perguruan Tinggi Swasta di Priangan
Timur)**

Oleh:

WIZDANULKARIM

223402132

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam Penulisan Skripsi
pada Program Studi Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA**

2026

**PENGARUH *ENTERTAINMENT*, *INTERACTION*, DAN
CUSTOMIZATION TERHADAP *BRAND LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER ENGAGEMENT*, *PERCEIVED*
VALUE, DAN *CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY*
(Survey pada Perguruan Tinggi Swasta di Priangan
Timur)**

Oleh:

WIZDANULKARIM

223402132

dibawah bimbingan:

Adhitya Rahmat Taufiq, S.E., M.Si

Ane Kurniawati, S.E., M.Si

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar sarjana
pada Program Studi Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA**

2026