

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 mendapatkan gelar sarjana
Pada Program Studi Manajemen Disetujui Tim Pembimbing
Untuk Diseminarkan dan Diuji pada Tanggal Seperti Tertera Dibawah ini

Tasikmalaya, 15 Juni 2026

Pembimbing I



Adhitya Rahmat Taufiq, S.E., M.Si
NIDN. 0401128503

Pembimbing II



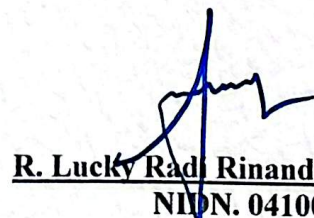
Ane Kurinawati, S.E., M.Si
NIDN. 0415027101

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Ade Komaludin, S.E., M.Sc.
NIDN. 0420096201

Ketua Jurusan Manajemen



R. Lucky Radj Rinandiyana, S.E., M.Si.
NIDN. 0410047901