

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION*, *BRAND TRUST*, *UTILITARIAN*
VALUE DAN *HEDONIC VALUE* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
PENGGUNA *SMARTPHONE* IPHONE DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana S1**



Oleh :

JEVON

13.2.241

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS
PALEMBANG**

2018