

TESIS
PENGARUH *BRAND EQUITY*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND ENGAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PT BANK TABUNGAN NEGARA
(PERSERO), TBK KANTOR CABANG SYARIAH JAKARTA HARMONI
DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

NAMA : Nurul Astuti

NPM : 02619230025



PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN

SURABAYA

2025