

**ANALISA PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING,  
EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP REVISIT  
INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Empiris pada Banter Coffee Semarang)**

**Usulan Penelitian Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 Program Studi  
Manajemen**



**Disusun Oleh :**

**ROZA LINDASEPTRIANI**

**NIM: 30401512002**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2020**

**PENGESAHAN**

**Usulan Penelitian untuk Skripsi**  
**ANALISA PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, EXPERIENTAL**  
**MARKETING TERHADAP REVISIT INTENTION MELALUI CUSTOMER**  
**SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
**(Studi Empiris pada Banter Coffee Semarang)**

**Disusun Oleh:**

**ROZA LINDASEPTRIANI**

**Nim: 30401512002**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Semarang, 5 Oktober 2020

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Noor Kholis', is written over a horizontal line.

Drs. Noor Kholis, MM

NIDN: 0619105901

**ANALISA PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, EXPERIENTAL  
MARKETING TERHADAP REVISIT INTENTION MELALUI CUSTOMER  
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Empiris pada Banter Coffee Semarang)**

Disusun Oleh:


**Roza Linda Septriani**

**NIM : 30401512002**

Telah dipertahankan di depan Penguji

Pada tanggal 28 November 2020


Pembimbing

  
Drs. H. Noor Kholis, MM

Penguji I

Penguji II

  
Dr. Drs. Mulyana, M.Si

  
Dr. E. Drs. H. Marno Nugroho, MM

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Tanggal 28 November 2020

Ketua Program Studi Manajemen





H. Ardian Adhiatma, SE., MM