

**Pengaruh Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas
dengan Kinerja Pemasaran sebagai Variabel Intervening
(Studi Empiris pada Pedagang Minyak Goreng Kemasan
Merek Sania Di Pasar Sampangan dan Pasar Jatingaleh)**

Skripsi

Untuk Memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

Edy Kurniawan

Nim : 042101099

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2014**