PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(Suatu Studi pada Konsumen (Gen Z) Pengguna Kosmetik Maybelline di Endro Kosmetik)

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

NOVIA ANGGRAENI
3402220307

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH

2026