

**PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN, EMOSIONAL MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK  
(STUDI PADA KONSUMEN SMARTPHONE ASUS MAHASISWA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF MARKETING EXPERIENCE, EMOTIONAL  
BRANDING AND BRAND TRUST TOWARD THE BRAND LOYALTY  
(STUDY ON THE CONSUMER SMARTPHONE ASUS STUDENTS  
UNIVERSITY MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA)***



**Disusun Oleh :**

**DEWI SUSANTI**

**20120410079**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**