

PENGARUH *EMOTION MARKETING*, *EXPERIENTIAL MARKETING*

DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS

**PELANGGAN
G-SPORTS CENTRE PADANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang



Oleh:

ABDULLAH BARORI

1110524048

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2014