

**PENGARUH *PROMOTION MIX* DAN *BRAND AWARENESS*,
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *PURCHASE
INTENTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
TOKO MABES ATRIBUT KOTA PROBOLINGGO**

SKRIPSI



Oleh:

JEFRY BAYU SASONGKO

NIM : 176410137

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PANCA MARGA
PROBOLINGGO
2022**