

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER ENGAGEMENT*, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK GLAD2GLOW DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MALIKUSSALEH

SKRIPSI

**AINNA MAHRUM NASUTION
NIM. 220410030**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026**

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *CUSTOMER ENGAGEMENT*,
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK KOSMETIK GLAD2GLOW DI KALANGAN MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MALIKUSSALEH**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**

**AINNA MAHRUM NASUTION
NIM. 220410030**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026**