

SKRIPSI
PENGARUH *MARKETING SYARIAH* DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Pelanggan *Business Center Hni-Hpai Banjarmasin*)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Oleh :

MUTHMAINAH

D1A215231

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2022