

# SKRIPSI

**Pengaruh *Brand love*, Peran *Self-Esteem*, dan *Social Influences*  
terhadap *Brand loyalty*: Studi Pada Pengguna Produk *Fashion*  
Lokal di Indonesia**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

Oleh:

**ODYTA AGNES MARGARETH ULI SIHOMBING**

**01015200035**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
TANGERANG  
2022**