

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *BRAND LOYALTY*

YANG DI MEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*

PADA LAZADA

Ditulis untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu

Oleh :

NAMA : JULIO FERNANDO

NPM : 01011180167



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA**

2022