

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *BRAND SATISFACTION*,
EMOTIONAL BRAND ATTACHMENT, *BRAND LOVE*, DAN
BRAND LOYALTY TERHADAP *BRAND HENNES & MAURITZ*
(H&M)**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : MARIA LYSA ZOE

NPM : 01011190042



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2023**