

SKRIPSI

***BRAND REPUTATION DAN CUSTOMER VOLUNTARY
SHARING BEHAVIOUR: PERAN INTERVENING BRAND
EXPRESSION BRAND PERCEPTIONS, STATUS SEEKING,
DAN BRAND LOVE: PADA PRODUK NIKE***

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : AUDREY PATRICK WIBOWO

NPM : 01011180042



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