

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*: *BRAND LOVE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN LOUIS VUITTON DI INDONESIA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**NAMA : MUHAMMAD KAYA PUTRA**

**NPM : 01011170341**



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