

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND RESPECT***  
**DAN *BRAND LOVE*, TERHADAP *BRAND LOYALTY***  
**DENGAN DI MEDIASI OLEH *BRAND EQUITY* PADA**  
**APLIKASI BELANJA ONLINE TOKOPEDIA PADA**  
**GENERASI Z DI INDONESIA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**NAMA : VICTOR LIM**

**NPM : 01011190106**



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