

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI NILAI DARI BIAYA, IDENTIFIKASI MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KESELARASAN GAYA HIDUP TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA KONSUMEN PENGGUNA H&M)

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : FAUSTINO RIZKY YO SALLI

NPM : 01011180303



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2024**