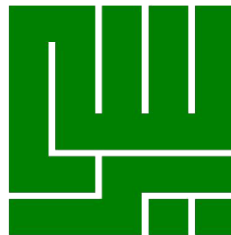


**PENGALAMAN DAN KEPERCAYAAN MEREK DALAM
MEMBANGUN LOYALITAS PADA MEREK LOKAL
PERLENGKAPAN LUAR RUANGAN EIGER SERTA
TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM:
KECINTAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

Nama : Dian Permata Sari

NPM : 120.2017.060

Program Studi : S-1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

JAKARTA

2022