PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOVE* KONSUMEN *SKINCARE* SKINTIFIC MELALUI *BRAND LOYALTY* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MALIKUSSALEH

SKRIPSI

TASYA RAIYANA
220410061

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026

PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOVE* KONSUMEN *SKINCARE* SKINTIFIC MELALUI *BRAND LOYALTY* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MALIKUSSALEH

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

TASYA RAIYANA
220410061

universitas
MALIKUSSALEH

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026