

**EKUITAS MEREK, PERSEPSI NILAI KONSUMEN, DAMPAKNYA  
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN MEREK LOKAL (LOVE AND  
FLAIR) DI INDONESIA**

*(Impact of Brand Equity Toward Purchase Intention of Local Brand (Love and Flair)  
Through Perceived Value in Indonesia)*



**DISUSUN OLEH:  
JESSICA PUTRI ADHY JUSUF  
20181111006**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagai Syarat  
Guna Mencapai Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
INDONESIA BANKING SCHOOL**

**JAKARTA**

**2022**