PENGARUH *MEMORABLE SHOPPING EXPERIENCES* TERHADAP *ATTACHMENT WITH STORE* DAN KAITANYA DENGAN *BRAND POSITIVITY*
(STUDI PADA SOCIOLLA INDONESIA)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Studi S1 Administrasi

Program Bisnis Universitas Telkom

Disusun Oleh:

Ananda Nur Fitriani

1501200162

PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2025