

**PENGARUH *BRAND ATTACHMENT* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
DENGAN MODERASI *BRAND DISTINCTIVENESS* DAN MEDIASI  
*CONSUMER ATTITUDE* PADA KONSUMEN TOKOPEDIA PASCA AKUISISI  
OLEH TIKTOK SHOP**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Administrasi Bisnis dari Program Studi Administrasi Bisnis

**Disusun Oleh:**

**Nama: Anindya Rahidhatulaysa Reihan**

**NIM: 1501210196**



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG  
2025**