

**PENGARUH *BRAND IDENTITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *BRAND TRUST* DENGAN KONSEKUENSI
*BRAND LOYALTY***

(Studi Kasus Pembeli Mie Instan Merek Mie Sedaap di Indonesia)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian

Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

NAMA : INDI MASDIKA RANI

NIM : 2013-11-003



PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

JAKARTA

2017

