

**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**

