**PERAN *CONSUMER-BRAND IDENTIFICATION* DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN *BRAND PRESTIGE* DAN *BRAND DISTINCTIVENESS* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA ELMAKKO COFFEE**

**JAKARTA UTARA**

**Oleh :**

**Nama : Maria Magdalena**

**NIM : 29150401**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Agustus 2019**