

PENGESAHAN

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

JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh

Nama : Maria Magdalena

NIM : 29150401

Jakarta, 26 Juli 2019

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2019