

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IDENTIFICATION*, *SELF IMAGE EXPRESSION*, *SENSE OF NATURAL ENVIRONMENT*, *LAYOUT*, *BRAND PASSION*, *BRAND LOVE* DAN *BRAND PRIDE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA RESTORAN SUSHI TEI DENGAN *CUSTOMER EXPERIENCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : WINA CITA YUNITA

NPM 01011180367



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**