

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *VALUE CONGRUITY, CUSTOMER BRAND
ENGAGEMENT, CUSTOMER BRAND IDENTIFICATION, DAN
AFFECTIVE BRAND COMMITMENT* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
KEDAI KOPI: JANJI JIWA PADA GENERASI Z DI KAWASAN
JAKARTA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu

OLEH:

NAMA : CELINE MEINA YOLANDA

NIM : 01015200072



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