

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND SATISFACTION*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PELANGGAN STARBUCKS

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : FABIO SAPUTRA

NPM : 01011170253



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2023**