

SKRIPSI

**PENGARUH *SOCIAL CAMPAIGN* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN KOPI KALYAN)**



Disusun oleh:

ARDISA DWI PUTRI LESTARI

2019104866

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN KOMUNIKASI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS KALBIS
JAKARTA**

2023