

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN DIFERENSIASI
PRODUK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN YANG
BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI KATA KOPI JAKARTA**



KALBIS Institute

Transforming • Hearts and Minds

Disusun Oleh :

EDWIN PRATAMA SAPUTRA

2016102833

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS KALBIS

JAKARTA

2020