

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN MIE SEDAAP *KOREAN SPICY CHICKEN* DI KECAMATAN LUMAJANG)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Intan Larasati

NIM 218123147

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2022