



**PENGARUH *BRAND COMMUNICATION* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* DIMEDIASI *BRAND TRUST*
(Studi Pada Minuman Coca-Cola Di Kota Jambi)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

RESA OKTA MELIANA. R

C1B020065

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2024