

PENGARUH *LIFESTYLE CONGRUENCE* DAN *BRAND IDENTIFICATION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA IPHONE DI LHOKSEUMAWE

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

AMANDA LATISYA

NIM. 220410081



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026**