PENGARUH ADVERTISING DAN BRAND CREDIBILITY TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK MOTHER OF PEARL DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program Studi Administrasi Bisnis

> Disusun Oleh: Zulfa Nur Salsabilla 1501210396



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG

2025