

**PENGARUH *HEDONIC* DAN *UTILITARIAN VALUE* TERHADAP *BRAND TRUST* DENGAN *BRAND AFFECT* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
PADA IPHONE**

PROPOSAL TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Magister
Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:
ASYA AZHAR FATHINA
2401192080



**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**

PENGARUH *HEDONIC* DAN *UTILITARIAN VALUE* TERHADAP *BRAND TRUST* DENGAN *BRAND AFFECT* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA IPHONE

THE EFFECT OF HEDONIC AND UTILITARIAN VALUE ON BRAND TRUST AND BRAND AFFECT AS INTERVENING VARIABLES ON IPHONE

PROPOSAL TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Magister
Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

ASYA AZHAR FATHINA
2401192080



**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**