

**HUBUNGAN EFEKTIVITAS ANTARA KONSUMEN, PRODUK DAN
SELEBRITI TERHADAP BRAND IDENTIFICATION, BRAND
ATTITUDE, BEHAVIORAL INTENTIONS, BRAND COMMITMENT
PADA PRODUK MS GLOW**

SKRIPSI

Disusun oleh:
Tasya Amara Aprila
1401194006



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**