

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND ATTITUDE*, *BRAND CREDIBILITY*, DAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK
MS GLOW**

THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT ON REPURCHASE INTENTION WITH BRAND ATTITUDE, BRAND CREDIBILITY, AND BRAND IMAGE AS INTERVENING VARIABLES IN MS GLOW PRODUCTS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Mgister
Manajemen Prgoram Studi Magister Manajemen Universitas Telkom

Disusun Oleh:

HUDI FABIAN

2401201085



Pembimbing,



Indira Rachmawati, S.T., MSM., Ph.D.

**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TELKOM UNIVERSITY**

BANDUNG

2022