

**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**