

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan dan nikmat yang begitu banyak diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “HUBUNGAN EFEKTIVITAS ANTARA KONSUMEN, PRODUK DAN SELEBRITI TERHADAP BRAND IDENTIFICATION, BRAND ATTITUDE, BEHAVIORAL INTENTIONS, BRAND COMMITMENT PADA PRODUK MS GLOW”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada jenjang S1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penelitian ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, Kritik, saran dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Mochamad Yudha Febrianta, S.T., M.M selaku dosen pembimbing penulis yang telah lulus dan setia dalam memberikan arahan selama masa bimbingan.
2. Penguji
3. Bapak Ir. Dodie Tricahyono, M.M., Ph.D. selaku dosen wali yang telah mengontrol, mengarahkan dan memberikan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Orang Tua dan Suami saya yang telah memberikan semangat dan doa di setiap harinya.
5. Pihak-pihak yang berkontribusi pada penelitian ini