

**MEMAHAMI DINAMIKA *BRAND EVANGELISM* DI ERA DIGITAL:
PENGARUH *BRAND SYMBOLISM*, *BRAND PERSONALITY*, DAN *BRAND
TRUST* PADA PENGGUNA PERANGKAT APPLE.INC DI INDONESIA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar *Master of Business
Administration* dari Program Studi S2 Administrasi Bisnis

Disusun Oleh

Nama : Meirissa Purwandani

NPM : 2501222030



PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2024