

**PERAN BRAND COMMUNICATION, BRAND IMAGE, BRAND TRUST,
DAN PERCEIVED VALUE DALAM MEMBANGUN BRAND
PREFERENCE PADA BRAND TORCH.ID**

TESIS

Disusun oleh:

Rafli Andika Pratama

2502222068

Communication Management



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**