

**TESIS**

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *BRAND CHOICE* YANG DIMEDIASI *BRAND AUTHENTICITY*  
DAN *BRAND TRUST* (STUDI PADA KONSUMEN  
SUSU MURNI NASIONAL DI JAWA BARAT)**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

**Oleh :**

**NAMA : RADEN MOKHAMAD IKRAR HADIAN**

**NPM : 01619210102**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
JAKARTA  
2023**