

SKRIPSI
PENGARUH ATRIBUT *FACELESS BRANDING* TERHADAP
BRAND IMAGE* DAN *PURCHASE INTENTION
PRODUK BUSANA MUSLIMAH SYAR'I

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

NAMA: HINDUN HUMAIRA

NPM: 01045180026



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN JARAK JAUH ILMU KOMUNIKASI
FALKUTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
TANGERANG
2024