PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND PRESTIGE TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK APPLE PADA GEN Z

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis dari Program Studi Administrasi Bisnis

> Disusun Oleh: Zefanya Colin P Tobing 1501210392



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025