

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND PASSION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ESTEH INDONESIA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

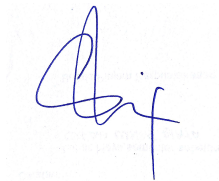
Disusun Oleh:

RIZQONI WALIYUL ARINNI

1401184260



Pembimbing,



(OSA OMAR SHARIF, S.Si., M.S.M.)

**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG**

2022