

PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE* DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

TESIS

Disusun Oleh:

Ellyne Annida Pramesti

2501222056



**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**