

**DAMPAK *SOCIAL MEDIA COMMUNICATION* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN *CONSUMER-BASED BRAND
EQUITY* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA MEREK WARDAH**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen dari Program Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh:
Elsamita Yolanda
204012310035



MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024