



UNIVERSITAS INTERNASIONAL
SEMEN INDONESIA

SKRIPSI – MG12SK46

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND ASSOCIATION*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *SOCIAL BRAND
ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR (STUDI
KASUS PADA BRAND KECANTIKAN SOMETHINC)**

Oleh:
LIVIA LORENZA BANJAR NAHOR
NIM: 1011910046

DOSEN PEMBIMBING
MARISYA MAHDIA KHOIRINA, S.M., M.M.

DEPARTEMEN MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
TAHUN 2023