

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

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Master Administrasi
Bisnis dari Program Magister Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

INDRA WAHYU FERDIANSYAH

2501221019



**MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**