

SKRIPSI

PENGARUH PERCEIVED INFLUENCE, BRAND ENGAGEMENT IN SELF CONCEPT, BRAND EXPECTED VALUE TERHADAP INTENTION TO PURCHASE RECOMMENDED BRANDS

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : HAIKAL GHIFFARY ADAM
NPM : 01011180378



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2021**