

TESIS

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
ONLINE ADVERTISING, DAN *ELECTRONIC WORD
OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE DECISION*
DENGAN MEDIASI *BRAND AWARENESS***

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

NAMA : LIDWINA LARASATI AYUNINGTYAS
NPM : 01619210014



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**