

TESIS

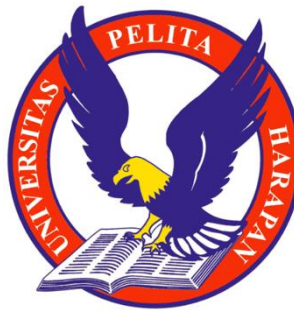
**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *SELF BRAND*  
*CONGRUENCY* TERHADAP *ONLINE BRAND ENGAGEMENT*  
SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND USAGE INTENTION*  
DAN *POSITIVE EWOM*  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN BRAND EIGER)**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

**NAMA : MUHAMMAD AULIA LIKAN**

**NPM : 01619200043**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
JAKARTA  
2023**