

# SKRIPSI

***Pengaruh Perceived Influence, Brand Engagement In Self  
Concept, Dan Brand Expected Value Terhadap Intention To  
Purchase Recommended Brands Merek Somethinc***

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

**NAMA : RAFAELIA RISHA DOODOH**

**NPM : 01011180368**



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