

TESIS

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*,
ADVERTISING EFFECTIVENESS DAN *SOCIAL MEDIA
PRESENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(Studi kasus terhadap Telkomsel di wilayah Jabodetabek)**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

NAMA : ERAS TARTA

NPM : 01619220064



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2024**