



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION*
LUXURY BRAND MELALUI DAMPAK RASIONAL DAN EMOSIONAL**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Manajemen

PATRICIA SARLIN GOZALI

117.20.1037

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022