



PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK TEH PUCUK HARUM PADA *MODERN TRADE* INDONESIA

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

JUAN VALERIAN

117221033

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
|PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**