



PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND PREFERENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK MENANTEA DI JAKARTA

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Manajemen

KENNY LAURENCE

117211010

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