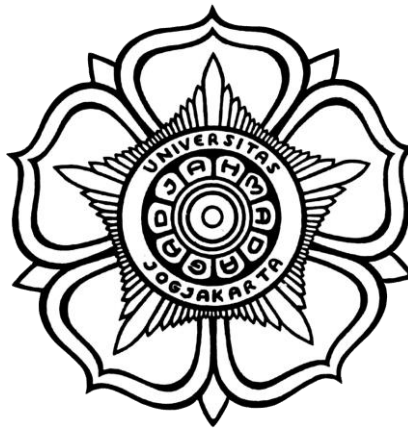


**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND ACTIVATION* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP PENINGKATAN *INTENTION TO BUY* PADA PRODUK KOPI *SACHET*, “*LOKALATE*”, DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh:**

**AURELIO GUNAJAYA**

**18/425357/TP/12058**

**DEPARTEMEN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN**

**FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN**

**UNIVERSITAS GADJAH MADA**

**YOGYAKARTA**

**2022**