

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DALAM *E-COMMERCE* (TOKOPEDIA)

Tesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh

Devani Meydiana Naulita

21/484578/PEK/27444

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

2022