

SKRIPSI

Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran *Co-Branding* HMNS X Maliq & D'Essentials terhadap *Purchase Intention* Konsumen

pada Produk Untitled Humans

(The Influence of HMNS X Maliq & D'Essentials Co-Branding Marketing

Communication Strategy on Consumer Purchase Intention

for Untitled Humans Products)



Disusun Oleh

Nurmazaya Shinta Vijay

21/474999/SP/30107

**PROGRAM STUDI SARJANA S-1
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Co-Branding HMNS x
Maliq & D'Essentials terhadap Purchase Intention Konsumen
pada Produk Untitled Humans**

Disusun Oleh:

Nurmazaya Shinta Vijay
21/474999/SP/30107

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan tim penguji
Departemen Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM
Pada tanggal **12 September 2025**
di Ruang Sidang Departemen Ilmu Komunikasi

Tim Penguji
Ketua Penguji / Dosen Pembimbing

Syaifa Tania, M.A
NIP. 111198909201802201

Penguji I




Massageng Widagdhaprasana, S.I.P., MMktg.Comm
NIP. 111198504202001001

Penguji II



Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.
NIP. 111197801201304101

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada



Prof. Nyarwi Ahmad, Ph.D.
NIP. 197901092008121002