

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DAN *PRODUCT BUNDLING* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION DENGAN *BRAND AWARENESS*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

(Studi LINE Starbucks di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :
NADHIVA ALANA WITADHEA
NIM. 12010118140322

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**