

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, *PRICE FAIRNESS*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND ATTACHMENT* SEBAGAI MEDIATOR
(Studi pada Konsumen Maxim di Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

DIMAS IBNU ANAS
NIM : 12010121140283

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026