

**PENGARUH SOCIAL MEDIA ADVERTISING DENGAN BRAND
AWARENESS DAN INTERNAL SELF-CONGRUITY SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING UNTUK MENGUKUR CUSTOMER PURCHASE
INTENTION**

(Studi pada Produk Kecantikan Blush On Merek Make Over)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

NOVITA EVERDINA P.P

NIM. 12010117130180

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG 2021