

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL *MARKETPLACE*
TERHADAP *BRAND EQUITY* DAN *PURCHASE INTENTION*
PADA *FASHION PRIA* YANG DIMODERASI OLEH
*PERCEIVED USEFULNESS***

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**ANDREAN KIE
NPM : 1641118**



**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM
2020**