

**PENGARUH *BUZZ MARKETING* DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* DENGAN *BRAND AWARENESS*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi kasus pada Pengguna Produk Ponsel Pintar Merek Vivo di Kota
Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



uin
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

**Oleh :
Gawik Setiawan**

NIM. 1178020087

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI

BANDUNG

2021 M/1442 H