

**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**