

**ANALISIS PENGARUH *MOBILE ADVERTISING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

TESIS

Disusun oleh :

HENDRINO

2401150109



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG  
2018**