

**PENGARUH AKTIFITAS PEMASARAN VIA MEDIA SOSIAL  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA INDUSTRI *E-COMMERCE*:  
*BRAND EQUITY* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(STUDI PADA LAZADA INDONESIA)**

TESIS

Disusun oleh:

**Yanda Mustika Ramadhita, S.T.**  
NIM. 2401171051



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG  
2019**