

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND*
AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Survei Pada Konsumen Missbar Coffee di Kota Tasikmalaya)**

Oleh:

**MUHAMMAD IRFANSYAH
203402184**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND*
AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Survei Pada Konsumen Missbar Coffee di Kota Tasikmalaya)**

Oleh:

**MUHAMMAD IRFANSYAH
203402184**

**Di bawah bimbingan
Mochammad Soleh Soeiady, S.E., M.Si.
Alicia Deana Santosa, S.E., M.M.**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025**