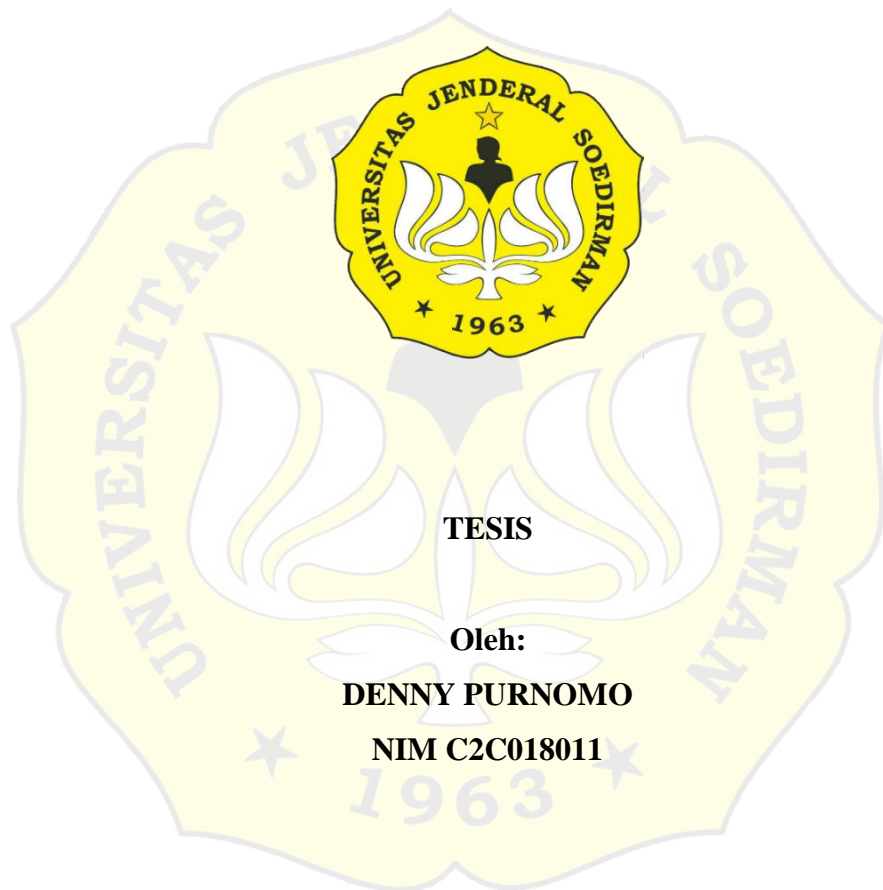


**ANALISIS PENGARUH KETERLIBATAN KONSUMEN DAN JUMLAH
PAPARAN IKLAN DALAM MEMODERASI HUBUNGAN ANTARA MEREK
YANG MENGGUNAKAN ENDORSER DENGAN DAYA INGAT MEREK**



TESIS

Oleh:

DENNY PURNOMO

NIM C2C018011

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PURWOKERTO
2020**