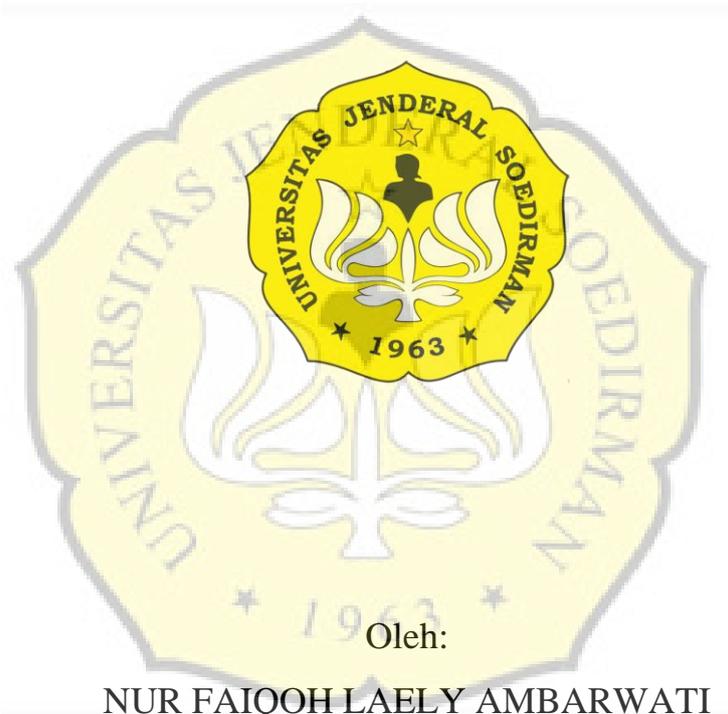


**TESIS**

**MENGUNGKAP KEKUATAN PEMASARAN KONTEN : ANALISIS  
PERAN MEDIASI *ONLINE CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN  
*CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
DENGAN MODERASI USIA DAN *GENDER***



Oleh:

**NUR FAIQOH LAELY AMBARWATI**

**NIM C2C022039**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN  
2024**

## **TESIS**

### **MENGUNGKAP KEKUATAN PEMASARAN KONTEN : ANALISIS PERAN MEDIASI *ONLINE CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN MODERASI USIA DAN *GENDER***

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Manajemen  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman



Oleh:  
NUR FAIQOH LAELY AMBARWATI  
NIM C2C022039

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN  
2024**