

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI SECARA DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND AWARENESS* PADA *SHOWROOM* PUTRA CH MOTOR



Oleh:
DIMAS AZIZ SAPUTRA
02201016

UNIVERSITAS PERWIRA PURBALINGGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PURBALINGGA
2026