

**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, BRAND AWARENESS DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS
DONASI ONLINE PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT DT PEDULI)**

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat dalam Memperoleh Gelar Magister Manajemen pada
Program Megister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Widyatama**



Disusun oleh :

KEVIN ADHYTAMA

51421220116

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS WIDYATAMA
BANDUNG
2024**