

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND GENERATED CONTENT* TERHADAP
PURCHASE INTENTION MELALUI *BRAND IDENTITY*
SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA *BRAND RUCAS*)**



Oleh:

Drajat Agung Saputra

NIM 20220208166

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO**

2026

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND GENERATED CONTENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND IDENTITY* SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA *BRAND RUCAS*)



Oleh:

Drajat Agung Saputra

NIM 20220208166

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora
Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2026**