

ANALISIS PENGARUH *PARTICIPATION IN CO-CREATION* DAN *MASSTIGE* PADA BRAND *EVANGELISM* DENGAN MEDIASI *CUSTOMER EMPOWERMENT*, *AFFECTIVE COMMITMENT*, DAN *BRAND HAPPINESS*
(Studi pada *Luxury Bag Coach*)



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Diponegoro

FEB UNDIP

Disusun Oleh:

HASHIFA EL-YUSSA

NIM. 12010120140254

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**