

**PENGARUH *BRAND CONSCIOUSNESS* DAN *BRAND NATIONALITY*
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN MILENIAL DENGAN *BRAND*
AWARENESS SEBAGAI MEDIASI PADA MEREK UNIQLO
(SURVEI PADA KONSUMEN MILENIAL DI KOTA YOGYAKARTA)**

SKRIPSI



RR. TIARA DENISSA MAHARANI

141170022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2020**