

***SELF AND VALUE CONGRUENCE AS DRIVES OF
PURCHASE INTENTION: THE MEDIATING
ROLE OF EMOTIONAL ENGAGEMENT IN
BATIK KEBUMEN CONSUMPTION***

TESIS



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Syafri Nurrochman
NIM : 246600080
Program Studi : Magister Manajemen (S2)

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN S2
KEBUMEN
2026