

PENGARUH *BEAUTY VLOGGER* SEBAGAI *eWOM*
TERHADAP KEPERCAYAAN SERTA DAMPAKNYA
PADA MINAT BELI

(*study pada make-up Maybelline*)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Program Studi Administrasi Bisnis (S.AB)



Oleh:

FAHMI SAROSA

NIM: 152140070

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA

2018