

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