PENGARUH *SOURCE CREDIBILITY, REVIEW QUALITY* DAN *REVIEW QUANTITY* TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN *PURCHASE INTENTION*
(Studi Tentang Produk Wardah Pada Siswi Jurusan Kecantikan di SMK Negeri 6 Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Administrasi Bisnis

Oleh :
Luthfia Yumna N
152140114

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

2019