

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) MELALUI
MEDIA SOSIAL YOUTUBE, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

S K R I P S I



DINA RIA PANE

NIM.141160008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2020