

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH,* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION*

(Survei Pada Konsumen HMNS Perfume Pengguna *Social Media* Instagram di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

SARAH SAVIRA HASIBUAN

NIM. 141170060

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2021