

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES (SMMA), ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN EKUITAS MEREK TERHADAP NIAT**

PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* AVOSKIN

DI MASA PANDEMI COVID-19

(Survei Pada Calon Konsumen Avoskin Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun oleh :

MUHAMMAD ARIQ FAKHRI UTOMO

NIM. 141170265

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2022