

**PENGARUH EFEKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
MELALUI *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA MIXUE DI KOTA YOGYAKARTA
(Survei pada Pengguna Media Sosial TikTok)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

SITA NADIYAH AWAN

141190232

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2023