

PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK SOMETHINC DENGAN KESADARAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Survei Pada Konsumen Akun X (Twitter) @ohmybeautybank)

SKRIPSI



MIFTA NUR HALIMAH

NIM 141200026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2024