

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *PERCEIVED BRAND INTERACTIVITY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK
SEPEDA MOTOR HONDA DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Survei pada calon konsumen sepeda motor honda di Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

YOGA SURYA PRATAMA

NIM, 141200202

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *PERCEIVED BRAND INTERACTIVITY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK
SEPEDA MOTOR HONDA DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Survei pada calon konsumen sepeda motor honda di Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana
Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



Disusun Oleh :

YOGA SURYA PRATAMA

NIM, 141200202

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2024