

**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**