

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,
DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA BRAND MAKE OVER**

**(Survei pada Konsumen Pengguna TikTok Shop
di Kota D.I Yogyakarta)**

SKRIPSI



TASYA PUSPITA ZAHRA

141200300

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

2024