

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *E-WOM CREDIBILITY* DAN *E-WOM QUANTITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA BRAND AEROSTREET

(Survei Pada Generasi Z pengguna Tiktok Shop di Daerah Istimewa

Yogyakarta)

Disusun oleh :

RIFOI DHIMAS INDRIANTO

NIM. 141210094

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 07 Maret 2025 dan
telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji

Dosen Pembimbing

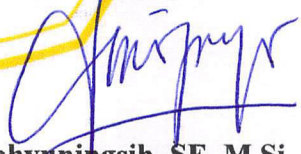

Dra. Sri Kussujaniatun, M.Si.
NIP. 19630505 199003 2 001


Dr. Dyah Sugandini, S.E., M.Si.
NIP. 19710617 202121 2 001

Dosen Penguji 1

Dosen Penguji 2


Dr. Yoga Religia, S.Kom., M.Kom.
NIP 199308192022031010


Tri Wahyuningsih, SE, M.Si.
NIP. 197309172021212005

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen *An.*
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta


Dr. Titik Kusmantini, SE, M.Si.
NIP. 197210212021212004