

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN E-WOM  
TERHADAP *PURCHASE DECISIONS* DENGAN *BRAND AWARENESS*  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PADA PRODUK SKINTIFIC DI  
DIY)**

**SKRIPSI**



**SALSABILA PUTRI**

**NIM. 141200110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2024**