

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *KEY OPINION LEADER* (dr. Tirta)  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND AWARENESS*  
PADA *BRAND* SEPATU LOKAL**

**SKRIPSI**

*Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Persetujuan Memperoleh Gelar Sarjana  
(S1) Ilmu Administrasi Bisnis*



**Disusun Oleh :**

**Muhammad Ikhsan Hakim**

**NIM : 152210140**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA**

**2025**