

PENGARUH *KEY OPINION LEADER* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT BELI PRODUK *SKINCARE* WARDAH 'TASYA FARASYA *APPROVED*' DENGAN PERSEPSI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : SURVEI PADA PLATFORM TIKTOK

SKRIPSI



YULIANA SYAHARA

NIM.141220293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2026