

**PERAN *BRAND TRUST* MEMEDIASI PENGARUH *BRAND AWARENESS*
DAN *E-WOM* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
SKINCARE GARNIER DI SHOPEE**

(Survei pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI



DWI ASTUTI RYANDANI

NIM.141220168

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

2026