

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH SOSIAL MEDIA, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *E-WOM*
(*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN: PERAN MEDIASI *BRAND TRUST*

(Survey Pada Mahasiswi UPN "VETERAN" Yogyakarta

Terhadap Produk Glad2glow)

Disusun Oleh:

Alexandra Nadine Tesalonika

NIM. 141200097

Telah dipertahankan di dewan penguji pada tanggal 5 Juni 2026 dan telah
memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Sidang

Dosen Pembimbing

Dr. Yoga Religa, S.Kom., M.Kom

NIP.199308192022031010

Dosen Penguji 3

Surpiko Hapsoro Darpito, S.E., M.Si

NIP.197401042021211003

Dosen Penguji 2

Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si

NIP.196401051990031004

Muhamad Ridwan, S.Pd., M.M

NIP.199105152022031006

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Dr. Titik Kusmantini, S.E., M.Si NIP.

197210212021212004