

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE PADA TIKTOK SHOP

(Survei pada konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



NINA ARISTA

NIM. 141200266

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2025**