PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WoM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAHF MELALUI *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KAHF DI TIKTOK LIVE

(Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis 2022-2025)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1)

Disusun Oleh:

Syakur Alkhafid Tantowi

NIM 152220018

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2026

Dipindai dengan CamScanner