PENGARUH STIMULUS *LIVE STREAMING* TERHADAP NIAT PEMBELIAN *OFFLINE* MELALUI SIKAP KONSUMEN

(Survei pada Produk *Skincare* Hanasui di Indonesia)

SKRIPSI

WAHYU WULANDARI

NIM. 141220223

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2026