SKRIPSI

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY, BRAND EQUITY*, DAN E-WOM TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA MEREK ERIGO DI INDONESIA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : WILSON CHANDRA

NPM : 01011190069

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA

2022