

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *ONLINE BRAND*
COMMUNITY TRUST TERHADAP *POSITIVE EWOM*
INTENTION DENGAN DIMEDIASI OLEH *REPURCHASE*
INTENTION PADA PRODUK NIKE DI JABODETABEK**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : DON MARCO

NPM : 01011180195



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**