

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *E-WOM*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SEPATU ADIDAS

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : YEHEZKIEL READLEY
NPM : 01011210020



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2025**