

SKRIPSI

PENGARUH *FACE-TO-FACE FRIENDSHIP*, *SOCIAL MEDIA VIEWERSHIP*, DAN *TRUST* TERHADAP *SOCIAL INFLUENCE* SERTA PENGARUHNYA TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PRODUK KOSMETIK SEPHORA)

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : ALEXANDRA FELICIA TANAWA

NPM : 01011210265



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