PENGARUH *USER GENERATED CONTENT* TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK WARDAH (STUDI KASUS PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

Nadya Fitriani

1401184340

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKOOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2022