



UNIVERSITAS INTERNASIONAL
SEMEN INDONESIA

SKRIPSI – MG12SK46

**PENGARUH E-WOM PADA KONTEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi
Kasus Pada Camille Beauty di Jawa Timur)**

Oleh:

MAY SHABRINA ARFI

NIM: 1011810053

DOSEN PEMBIMBING

MARISYA MAHDIA KHOIRINA, S.M., M.M.

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
TAHUN 2022**