



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**