

**Pengaruh *eWOM* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* dengan
Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi
(Studi Kasus Pengguna Shopee di Indonesia)**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Nama : Nandika Rahadian Herlanda

NIM : 1401180520



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
2023**