

Pengaruh Social Media Usage dan eWOM terhadap Purchase Intention pada Produk Fashion Lokal di Media Sosial TikTok

Tesis

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh:

Annisa Febyola

2401222184



**MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**