

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *E-WOM* DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE DI
ECOMMERCE LAZADA
(studi kasus pada mahasiswa Universitas Malikussaleh kota
Lhokseumawe pengguna Lazada)

SKRIPSI

FEBRY ARDIANI
NIM : 190410190



universitas
MALIKUSSALEH

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
OKTOBER, 2023

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *E-WOM* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT BELI SECARA ONLINE DI *ECOMMERCE LAZADA*
(studi kasus pada mahasiswa Universitas Malikussaleh kota Lhokseumawe
pengguna Lazada)**

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas - Tugas dan Memenuhi
Syarat - Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

**FEBRY ARDIANI
NIM : 190410190**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWA
OKTOBER, 2023**