

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIKE DAN DAMPAK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA GENERASI Z

SKRIPSI

**FERJI HARIANSYAH
NIM. 210410304**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEMAWE
JANUARI, 2026**

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIKE DAN DAMPAK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA GENERASI Z

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Sarjana Manajemen

**FERJI HARIANSYAH
NIM. 210410304**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEMAWE
JANUARI, 2026**