

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND AWARENESS PADA INTENTION TO
BUY PRODUK EIGER (STUDI PADA MAHASISWA UGM)
THE INFLUENCE WORD OF MOUTH AND BRAND AWARENESS TO
EMERGING INTENTION TO BUY OF EIGER PRODUCTS
(STUDY ON STUDENT GADJAH MADA UNIVERSITY
STUDENTS)**

Disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Ahli Madya

DOSEN PEMBIMBING:

Raden Roro Fosa Sarassina, S.E, M.B.A, Ph.D



Oleh:

MUHAMMAD HUSSAIN PUTRA ZUDYTHA

17/410964/SV/12891

MANAJEMEN

DEPARTEMEN EKONOMIKA DAN BISNIS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS GADJAH MADA

2021