

SKRIPSI

Pengaruh *Electronic Word of Mouth (eWOM)* Pengguna Bank Digital Jenius di Twitter terhadap *Brand Trust* Jenius pada Kalangan Mahasiswa Yogyakarta



Disusun oleh:

JEHAN ARIF MAULANA

17/414896/SP/28023

Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2022