

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Xiaomi di Kebumen)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**Nama Mahasiswa : Sofyananto
N.I.M. : 205504187
Program Studi : Manajemen S1**

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2024**