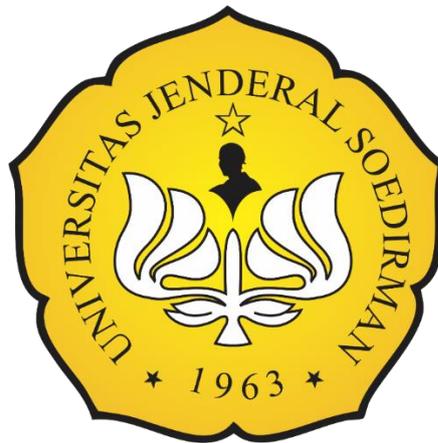


ANALISIS PENGARUH *E-WOM* DAN *BRAND PERSONALITY* YANG DIMEDIASI OLEH *CONSUMEN TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(Studi Pada Konsumen BUMDES UJUB Desa Srowot)



Oleh :

AURA AZZANING BELDIS

C1B019083

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI**

UNIVERSITAS JENDRAL SOEDIRMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

2023