

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DENGAN CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Konsumen Xiaomi di Purwokerto)**



**Oleh:
RILO HANANDITIAWAN
NIM C1B011017**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PURWOKERTO
2018**

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI DENGAN CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Konsumen Xiaomi di Purwokerto)**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Oleh:

RILO HANANDITIAWAN

NIM C1B011017

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PURWOKERTO
2018**