PENGARUH *USER-GENERATED CONTENT (UGC)* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION* PRODUK WARDAH DI *TIKTOK SHOP*: STUDI PADA MAHASISWI PRODI BISNIS DIGITAL UNIMED

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi

Sebagian Persyaratan Mendapatkan

Gelar Sarjana Bisnis

Oleh

WAHYU SIMANUNGKALIT

NIM: 7223550005

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2026