

PENGARUH PERAN KOMUNIKASI *E-WOM*, *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND TRUST* DAN FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK *CUSTOMER ATTITUDE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION TOWARD HEALTHY F&B*
(Studi Kasus Pada *Brand Cold-Pressed Juice Re.juve*)



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Pemasaran**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
INDONESIA BANKING SCHOOL
JAKARTA**

2023