



UNIVERSITAS ESA UNGGUL

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM)* TERHADAP MINAT BELI DALAM BERLANGGANAN NETFLIX

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)**

Nama: Muhammad Andriyan

Nim: 20170101064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

Jakarta

2021