

**PERAN *SOURCE CHARACTERISTICS* DALAM MEMBANGUN *BRAND*
IMAGE DAN *BRAND TRUST* DENGAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN STRATEGI *E-WoM***

(Studi Kasus Pada Konsumen Industri Kosmetik Brand Lokal di Kota Tasikmalaya)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen

Oleh:

INEU PERMATASARI

153402048



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SILIWANGI

2019