

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK
CROCS MELALUI *BRAND IMAGE* DAN *SOURCE CREDIBILITY* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

Disusun oleh:

Fahmi Renaldy Azzam

205012320041



**Universitas
Telkom**

**PROGRAM STUDI ADMINSTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**