

**STUDI MENGENAI PENGARUH *NARRATIVE
ADVERTISING, ELECTRONIC WORD-OF-
MOUTH (E-WOM), DAN PERSUASION
KNOWLEDGE* TERHADAP *CONSUMER
PURCHASE INTENTION* PADA GENERASI Y
DAN GENERASI Z DI INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

TRI REZEKI RAHMIYATI

NIM. 12010120120020

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**