

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER REVIEW* DENGAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA *E-COMMERCE*
(STUDI PADA TOKOPEDIA)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

Namira Zahra Putri

1401184106



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022**