

**PERBANDINGAN PENGARUH ANTARA *CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DAN *INFLUENCER*
ENDORSEMENT TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN TRUST
SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA APLIKASI TRAVELOKA
SKRIPSI**

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

Disusun oleh:
PUTRI AYU LESTARI
1401194170



**S1 MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**