

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* YANG DIMODERASI OLEH *TRUST* SERTA DAMPAKNYA KEPADA *PURCHASE DECISION* TOKO PRODUK *FASHION* DI SHOPEE

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

Nama: Muhammad Irham Athhar Vieri

NPM: 1401194198



**Universitas
Telkom**

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