

**PERAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI MODERATOR
DALAM PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER
MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE VARIAN SERUM ELSHESKIN DI SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program
Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Nama: Rifda Zahra Febriantika

NIM: 1501213066



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2025