PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEWS* DAN *INFLUENCER ENDORSEMENTS* DI PLATFORM TIKTOK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK SOMETHINC

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:
Nabilah Qanitah Putri
1401213119

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
2025