

**PERAN DARI *KEY OPINION LEADER* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND IMAGE*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

**Tugas Akhir**

**diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana  
dari Program Studi S1 Bisnis Digital  
Direktorat Kampus Purwokerto  
Universitas Telkom**

**21111016**

**Vittrah Pradana**



**Universitas  
Telkom**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL  
DIREKTORAT KAMPUS PURWOKERTO  
UNIVERSITAS TELKOM  
PURWOKERTO**

**2025**