

## LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP NIAT  
MEMBELI ULANG PRODUK THE ORIGINOTE MELALUI  
USER-GENERATED CONTENT  
(SURVEY PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK)**

*THE INFLUENCE OF CUSTOMER TRUST ON THE INTENTION TO  
REPURCHASE THE ORIGINOTE PRODUCT THROUGH  
USER-GENERATED CONTENT  
(SURVEY OF TIKTOK SOCIAL MEDIA USERS)*

**ANISA RAHMADANI**  
**NIM. 21220289**

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi pada tanggal:  
12 September 2024

Menyetujui,  
**Dosen Pembimbing**



**Assoc. Prof. Dr. Raeni Dwi Santy, S.E., M.Si, CIMA**  
**NIP. 4127.34.02.006**

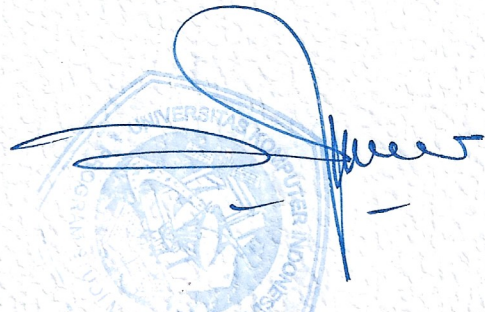
Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, S.E., M.Si., Ak., CA., CFA.**  
**NIP. 4127.34.03.006**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Linna Ismawati, SE., M.Si. CFRM**  
**NIP. 4127.34.02.008**