

**PENGARUH REPUTASI PENJUAL DAN ULASAN PELANGGAN
ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA ATHAR OFFICIAL)**

***THE EFFECT OF SELLER REPUTATION AND ONLINE CUSTOMER
REVIEWS ON PURCHASING DECISIONS WITH TRUST AS AN
INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY ON ATHAR OFFICIAL)***

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Rahman Maulana Haryadi

21220104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG**

2024