

LEMBAR PENGESAHAN

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

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

Rahman Maulana Harvadi

Nim : 21220104

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

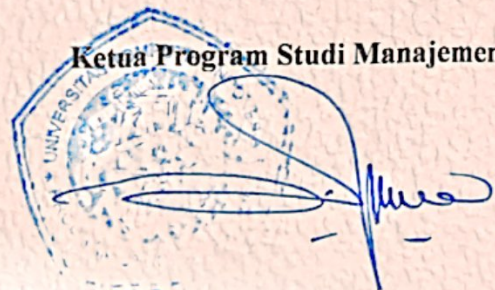
Mengetahui,

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, S.E., M.Si. CFRM.
NIP. 4127.34.02.008