

PENGARUH PENGGUNAAN *INFLUENCER*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *RATING* DAN *EVENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION ERIGO* PADA *PLATFORM SHOPEE*

SKRIPSI

**MUAMMAR KHALIS
NIM. 210410331**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JANUARI, 2026**

PENGARUH PENGGUNAAN *INFLUENCER*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *RATING* DAN *EVENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION ERIGO* PADA *PLATFORM SHOPEE*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

**MUAMMAR KHALIS
NIM. 210410331**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JANUARI, 2026**