

SKRIPSI

**PENGARUH PEMASARAN INFLUENCER DAN ULASAN
PELANGGAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PERLENGKAPAN MENDAKI EIGER
MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**



Oleh

Fadhilah Qurrota A'yun

NIM 20220208103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2026**

SKRIPSI

PENGARUH PEMASARAN INFLUENCER DAN ULASAN PELANGGAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERLENGKAPAN MENDAKI EIGER MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI



Oleh

Fadhilah Qurrota A'yun

NIM 20220208103

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora Universitas Nahdlatul
Ulama Purwokerto

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2026**