PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK *SEPATU* DI TIKTOK: *TRUST* DAN *FOMO* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:
Wita Rahmawati
214010361

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2025