

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND TRUST* YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION OWNERS* WORLDWIDE DI *MARKETPLACE SHOPEE*

SKRIPSI

Untuk memenuhi Persyaratan Penyusunan Skripsi

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Annisa Salsabila

214010292



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2026**