

TESIS

**PERAN MEDIASI KEPERCAYAAN DAN KESADARAN MEREK PADA
PENGARUH ANTARA ULASAN PELANGGAN ONLINE TERHADAP NIAT
PEMBELIAN
(STUDY PADA PENGGUNA *E-COMMERCE*)**



Oleh:

Siti Badiatul Umroh

NIM C2C019016

**KEMENTRIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2021**