

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP *CUSTOMER TRUST* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *PURCHASE DECISION*

(Studi kasus pada konsumen Gen Z *Thanksinsomnia* di Tasikmalaya)

SKRIPSI

Oleh :

Muhammad Ridwannuloh

203402242

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
2025**

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP *CUSTOMER TRUST* DAN DAMPAKNYA TERHADAP *PURCHASE DECISION*

(Studi kasus pada konsumen Gen Z *Thanksinsomnia* di Tasikmalaya)

Oleh :

Muhammad Ridwannuloh

203402242

Dibawah Bimbingan:

R. Lucky Radi Rinandiyana, S.E, M.Si.

Allicia Deana Santosa, S.E., M.M.

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Siliwangi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA**

2025