

PENGARUH *INFLUENCER CREDIBILITY* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* LOKAL 3SECOND PADA GENERASI Z DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (S.M) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Gunung Djati Bandung



Oleh:

Salsha Putri Khaluni

NIM. 1229240239

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG
2026**