

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI *MARKETPLACE SHOPEE*
**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2018
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung)**

SKRIPSI

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



Oleh :
FADIA FAQIH MAHARDINI
NIM. 1188020058

BANDUNG
1442 H/2022 M