

**PENGARUH *ONLINE REVIEW CUSTOMER* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK WHITELAB DENGAN
PERCEIVED EMPATHY DAN *PERCEIVED COGNITIVE EFFORT*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 dari Program Studi

Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

Andika Bayu Setiawan

1401194264



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2022