

**PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCERS TERHADAP PURCHASE
INTENTIONS DENGAN DIMEDIASI AFFINITY, BRAND IMAGE,
LOYALTY, DAN TRUST PADA PRODUK ERIGO DI KALANGAN
PENGGUNA TIKTOK DI INDONESIA**

Diajukan untuk salah satu syarat memperoleh gelar magister manajemen dari
Program Studi Manajemen

Disusun Oleh
Pahmi Ahmad Faruk
204012320008



MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TELKOM UNIVERSITY
BANDUNG
2025