

**PENGARUH *INTERACTIVITY* DAN *INFORMATIVENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN MEREK  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Survei pada Konsumen Produk Somethinc)**

**SKRIPSI**



**NUGRAINI PUTRI APRIYANTI**

**NIM. 141200245**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2024**