

**PERAN DARI *KEY OPINION LEADER* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

Tugas Akhir

**diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana
dari Program Studi S1 Bisnis Digital
Direktorat Kampus Purwokerto
Universitas Telkom**

21111016

Vittrah Pradana



**Universitas
Telkom**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
DIREKTORAT KAMPUS PURWOKERTO
UNIVERSITAS TELKOM
PURWOKERTO**

2025