

**ANALISIS PENGARUH *TRUST* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *BRAND EQUITY* DENGAN VARIABEL  
MEDIASI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*  
PADA BISNIS *E-COMMERCE* TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi persyaratan  
dalam memperoleh gelar Sarjana S1**



**Oleh:**

**JENNIFER**

**NIM: 13.2.061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI  
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS  
PALEMBANG**

**2017**