

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUNDLING DI TIKTOK SHOP PADA GEN Z DI JAWA TIMUR

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh:

RIRIS DEVANIA DAGAYU

202104010207

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KADIRI

KEDIRI

2025