PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN KREDIBILITAS *MICRO-INFLUENCER* TERHADAP *BRAND AWARENESS* UMKM LOKAL

(Studi Kasus pada Konsumen Tenda Kebab Ciamis)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mengikuti ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

TARI AGUSTINA DAMAYANTI
3402220178

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2026