

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *USER GENERATED CONTENT* PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK THE ORIGINOTE
(Suatu Studi Pada Konsumen The Originote di Desa Babakan, Pangandaran)

SKRIPSI

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

Oleh,

NADYA PARAMITHA
3402220029



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH

2026