PENGARUH *USER GENERATED CONTENT* DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Suatu Studi Pada Konsumen Produk Yufaderma Ciamis)

SKRIPSI

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

Oleh,

RISKA ELASTRIA
3402220050



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH

2026