



**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, MEDIA SOSIAL
DAN SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PENDAPATAN
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) FASHION DI KOTA
JAMBI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

KHARINA PERMATA AYUNDA

C1A019036

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JAMBI

2023