PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP BRAND AWARENESS DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

DISUSUN OLEH :
JIHAN PUJA KUSUMA
C1B021113

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI
2025