

PENGARUH *CONTENT MARKETING, INFLUENCER MARKETING, DAN VIRAL MARKETING* DI *SOCIAL MEDIA TIKTOK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DORSKIN (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI UIN RADEN FATAH PALEMBANG)



Oleh :
Anggun Puji Astuti
NIM. 1920602045

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
FATAH PALEMBANG**

2024