

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CONTENT MARKETING*, DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION* PRODUK EMINA PADA KONSUMEN APLIKASI TIKTOK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

SKRIPSI



MELDYANI AISYAH RAMADHANI IRJHI

NIM. 141200098

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CONTENT MARKETING*, DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION* PRODUK EMINA PADA KONSUMEN APLIKASI TIKTOK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana
Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



MELDYANI AISYAH RAMADHANI IRJHI

NIM. 141200098

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA

2024