PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA *BRAND FASHION* LOKAL RUCAS

(Survei Pada Pengguna TikTok di Yogyakarta)

SKRIPSI

DIAS ARIF MUNANDAR

NIM.141220370

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2026