PENGARUH *CONTENT MARKETING, SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW PADA TOKO NUSA BEAUTY STORE MUARA BATU ACEH UTARA

SKRIPSI

NITA AULIZA
NIM. 220410176

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
AGUSTUS, 2026

PENGARUH *CONTENT MARKETING, SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW PADA TOKO NUSA BEAUTY STORE MUARA BATU ACEH UTARA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

NITA AULIZA
NIM.220410176

universitas
MALIKUSSALEH

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
AGUSTUS, 2026