PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH,* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI KOTA LHOKSEUMAWE

SKRIPSI

NADIA NANDAYANI
NIM. 210410160

universitas
MALIKUSSALEH

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

PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH,* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GLAD2GLOW DI KOTA LHOKSEUMAWE

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

NADIA NANDAYANI
NIM. 210410160

universitas
MALIKUSSALEH

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