PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *LIVE STREAMING EXPERIENCE*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI TIKTOK SHOP

SKRIPSI

DHELLY AUDI ASMARANI
NIM. 220410248

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