

PENGARUH *INFORMATION QUALITY, SOURCE CREDIBILITY, REPUTATION, DAN SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT* PADA *CHANNEL YOUTUBE GADGETIN* TERHADAP NIAT BELI *SMARTPHONE* DI KOTA LHOKSEUMAWE

SKRIPSI

**SHANDY SEPTIAWAN
NIM. 200410266**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2024**

**PENGARUH *INFORMATION QUALITY*, *SOURCE CREDIBILITY*,
REPUTATION, DAN *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT* PADA
CHANNEL YOUTUBE GADGETIN TERHADAP NIAT BELI
SMARTPHONE DI KOTA LHOKSEUMAWE**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**

**SHANDY SEPTIAWAN
NIM. 200410266**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2024**