

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBORIST PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI KABUPATEN NGANJUK

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Veren Trihanyda Valensya

NPM.202104010237

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KADIRI
KEDIRI**

2025