

**PENGARUH PENGGUNAAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) PADA
IKLAN DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN INDOMIE SERIES RAMEN
(STUDI PADA GEN Z DI KOTA BANDUNG)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



Oleh :

RINA RISNAWATI

NIM : 1219240183

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
2025/1447 H**