

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *CO-BRANDING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOLABORASI 3SECOND DENGAN *ONE PIECE* DAN TAHILALATS PADA GENERASI Z DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (S.M) Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



Disusun Oleh :

Muhammad Fachry Raja'

NIM 1229240162

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

2026