PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *MOISTURIZER G2G*

(Studi Pada Konsumen Pengguna *Tiktok Shop* di Bandung Selatan)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.M.) Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Oleh:

RHEYNA RAMADHANI AZHARI

NIM. 1229240220

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI

BANDUNG

2026