

**PENGARUH KUALITAS KONTEN, IKLAN *SOCIAL MEDIA* DAN
ISLAMIC BRANDING TERHADAP *ENGAGEMENT SOCIAL MEDIA*
PADA PRODUK ZOYA DENGAN VARIABEL RELIGIUSITAS SEBAGAI
MODERASI
SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



Hilmi Sirojuddin Hidayat

1209220032

BANDUNG

1445 H/2024 M