

PENGARUH CONTENT MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA (STUDI PADA KONTEN BTS BERBAHASA DAERAH)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
pada Program Studi Manajemen
IIB Darmajaya Bandar Lampung



Disusun Oleh :

Aang Riangga
1912110099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2023**