PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKTOK *SHOP* (STUDI KASUS PADA GENERASI Z)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

DONNY RIMANTO

2112110170

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

2024/2025