

**PENGARUH *USER GENERATED CONTENT* DAN *FIRM  
GENERATED CONTENT* DI SOSIAL MEDIA TERHADAP  
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
HAMMERSTOUT BANDUNG (CABANG KIARACONDONG)**

*THE EFFECT OF USER GENERATED CONTENT AND FIRM GENERATED  
CONTENT ON THE PURCHASE DECISION PROCESS OF HAMMERSTOUT  
BANDUNG PRODUCTS (KIARACONDONG BRANCH)*

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Jenjang  
S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Komputer Indonesia

Oleh :

**Muhammad Hilmy Alfauzi**

**21219936**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA**

**2023**