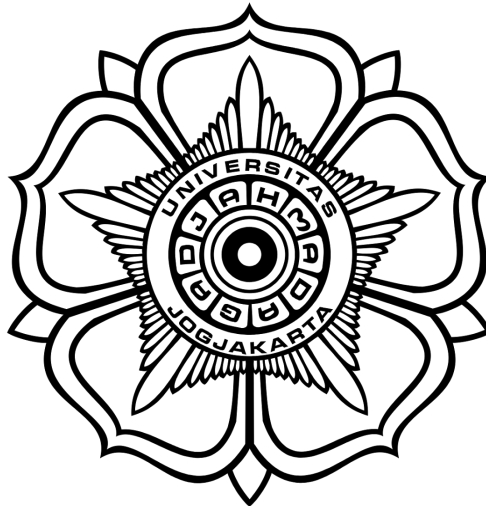


**HUBUNGAN ANTARA PEMASARAN KONTEN DIGITAL DAN
KETERLIBATAN KONSUMEN-MEREK DENGAN KONTEN
INFLUENCER SEBAGAI PEMODERASI: STUDI PADA MEREK
MAKANAN YANG DIPERSEPSIKAN TIDAK SEHAT DI TIKTOK**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Program Studi Sarjana Manajemen**



Acc revisi 4/7/2024

Yulia Arisnani Widyarningsih, M.B.A., Ph.D.

Oleh:

Clara Clarista

20/454849/EK/22813

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

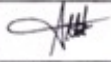
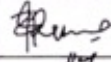
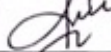
Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul:

Hubungan Antara Pemasaran Konten Digital dan Keterlibatan Konsumen-Merek dengan Konten *Influencer* sebagai Pemoderasi: Studi pada Merek Makanan yang Dipersepsikan Tidak Sehat di Tiktok

Disusun oleh
Clara Clarista
20/454849/EK/22813

Telah saya baca dengan seksama dan telah dinyatakan memenuhi standar ilmiah, baik jangkauan maupun kualitasnya, sebagai skripsi jenjang Pendidikan Sarjana (S1).

Telah diujikan pada 27 Juni 2024

Tim Penguji	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Pembimbing	Yulia Arisnani Widyarningsih, M.B.A., Ph.D. NIP 196707071994022001	
Penguji 1	Dr. Dra. Diah Retno Wulandaru, MBA. NIP 196706081993032001	
Penguji 2	Handini Audita, S.E., M.Sc. NIKA 111199010201607202	

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan



Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
NIP 197805202005011002