PENGARUH IKLAN DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP MINAT BERLANGGANAN LAYANAN *STREAMING* MUSIK SPOTIFY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi
Sebagian Persyaratan Mendapatkan
Sarjana Bisnis

Oleh:

ALFATH FATIHA JIHAD DAULAY
NIM. 7223250019

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2026