

SKRIPSI

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES TERHADAP CONSUMER-BASED BRAND EQUITY YANG DIMEDIASI OLEH BRAND EXPERIENCE DAN SOCIAL MEDIA BENEFITS PADA BRAND LOUIS VUITTON

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : WARREN DAVIN

NPM : 00000012917



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**