

# **SKRIPSI**

## **DO BRAND RELATIONSHIPS ON SOCIAL MEDIA MOTIVATE YOUNG INDONESIAN CONSUMERS' VALUE CO-CREATION AND WILLINGNESS TO PAY? THE ROLE OF BRAND LOVE**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**NAMA : AURELIA AUDI**

**NPM : 01011190172**



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

**2022**