

**SKRIPSI**

**ANALISIS PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES*  
MELALUI *BRAND EQUITY, E-WOM*, DAN PERAN MEDIASI  
*CONSUMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA MEREK MINUMAN WARALABA “ES TEH  
INDONESIA”**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**NAMA : NICOLAS AXEL**

**NPM : 01011190070**



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