

SKRIPSI

***CUSTOMER BEHAVIOR AS AN OUTCOME OF SOCIAL
MEDIA MARKETING: THE ROLE OF SOCIAL MEDIA
MARKETING ACTIVITY AND CUSTOMER EXPERIENCE
(STUDI KASUS PADA PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC
MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL)***

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : JESSICA ANNA LILIANI

NPM : 01015220033



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2024**