

SKRIPSI

DAMPAK AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS MEREK GERAJ STARBUCKS COFFEE YANG DIMEDIASI OLEH EKUITAS MEREK

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

NAMA : IRA WIDYA INTAN PUTRI

NIM : 01015220085



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