

**DAMPAK SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND LOYALTY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM MUSIK KPOP
TREASURE DENGAN BRAND LOVE SEBAGAI MEDIATOR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar gelar Sarjana
Manajemen dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan
Informatika

Disusun Oleh:

Christivany

1401194001



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITA TELKOM

BANDUNG

2023