

**PENGARUH PENGALAMAN PERSEPTUAL, SOSIAL, EPISTEMIK,  
DAN TERWUJUD TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT PADA  
LAMAM FACEBOOK IM3 OOREDOO**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Nu'man Afif

1401140169

**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
2018**

**PENGARUH PENGALAMAN PERSEPTUAL, SOSIAL, EPISTEMIK,  
DAN TERWUJUD TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT PADA  
LAMAN FACEBOOK IM3 OOREDOO**

*(THE IMPACT OF PERCEPTUAL, SOCIAL, EPISTEMIC, AND  
EMBODIED EXPERIENCE TOWARD CUSTOMER ENGAGEMENT ON  
PAGE IM3 OOREDOO FACEBOOK)*

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:  
NU'MAN AFIF  
1401140169



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM**

**2018**