

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* MELALUI *OFFICIAL ACCOUNT* LINE STARBUCKS INDONESIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Disusun oleh:

ABDIL ZADLI ARIF RAHMAN

1401152283



**Universitas
Telkom**

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2019