

**PENGARUH *SOSIAL NETWORK MARKETING* TERHADAP *CONSUMER PURCHASE INTENTION* DENGAN *CONSUMER ENGAGEMENT* SEBAGAI
MEDIATOR (Studi Kasus Pada Perusahaan Telkomsel)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

MUHAMAD IRFAN HADI

1401150055



PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
2019