

**PERAN *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY*
TERHADAP *E-WOM* DAN KOMITMEN PELANGGAN BUKALAPAK**

SKRIPSI

Disusun oleh:
FITTA VARDILA
1401164385



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2020**

**PERAN *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND IMAGE* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY*
TERHADAP *E-WOM* DAN KOMITMEN PELANGGAN BUKALAPAK**

***THE ROLE OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE IN
MEDIATING THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY
ON E-WOM AND CUSTOMER COMMITMENTS***

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1
Manajemen Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

FITTA VARDILA

1401164385



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2020**