HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *BRAND AWARENESS,BRAND IMAGE* dan RESPON KONSUMEN (STUDI KASUS PADA INSTAGRAM EIGER @eigeradvanture)

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Dewi Sufi Laelian (1401174196)



Pembimbing:

Dr. Teguh Widodo,SE.,ST.,MM

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2020