

PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP LOYALITAS
MEREK KOSMETIK MUSTIKA RATU DENGAN MEDIASI *VALUE
CONSCIOUSNESS* DAN *BRAND CONSCIOUSNESS* DI WILAYAH
BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Bisnis dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika



Disusun Oleh:

Nama : Mutiara Nadya Witami

NPM : 1401170341

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

JL. TELEKOMUNIKASI NO. 1

BANDUNG, JAWA BARAT

2021