

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *BRAND KNOWLEDGE* PADA RALALI.COM DIMEDIASI OLEH VARIABEL *CONSUMER-BRAND ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Studi S2 Manajemen

Disusun oleh:

Denise Mayliana Sari

2401221058



**Universitas
Telkom**

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**