

HALAMAN PENGESAHAN

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

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

Disusun oleh:

Denise Mayliana Sari

2401221058



Bandung, 10 Juni 2023

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Teguh Widodo, SE., ST., MM., MT
NIDN. 406075802

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

2023