

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER RESPONSE* MELALUI MEDIASI *BRAND EQUITY* PADA EASYBOOK

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:
Mochammad Rayhan Shaquille Famius
1401204357



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**