

**PENGARUH ELEMEN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
(SMM) TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI
CONSUMER BRAND ENGAGEMENT, BRAND
AWARENESS DAN *BRAND IMAGE*
(Studi Kasus: Pusat Penelitian Teh dan Kina)**

TESIS

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

Disusun Oleh:

Annisa Rosdiana

2401222171



**Telkom
University**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**