PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA MEREK *SPORTSWEAR*: PERAN MEDIASI *BRAND TRUST* DAN *COGNITIVE ENGAGEMENT*

TESIS

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

Disusun Oleh:

Yumna Tazkia

204012410045

S2 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024