

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP RESPON
KONSUMEN MELALUI EKUITAS MEREK (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN PENGUNJUNG MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PICNIC)**

*THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON
CONSUMER RESPONSE THROUGH BRAND EQUITY (CASE
STUDY ON CONSUMER VISITORS TO INSTAGRAM PICNIC
SOCIAL MEDIA)*

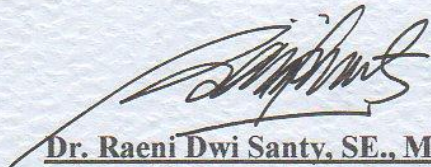
RUKMANA WIJAYA ISMAIL

21216029

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi
Pada

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Raeni Dwi Santy, SE., M.Si
NIP. 4127.34.02.006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Hj. Dwi Kartini, SE., Spec. Lic
NIP. 4127.70.019

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Lita Wulantika, SE., M.Si
NIP. 4127.34.02.004