

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES* (SMMA)
TERHADAP *CUSTOMER RESPONS* MASKAPAI PENERBANGAN BATIK
AIR DAN BRAND EQUITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM)

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana S-1 Manajemen
dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika.

Disusun oleh:

Deimas Aulia Rahman (1401170164)



Pembimbing:



Dr. Adhi Prasetio, ST., MM.

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2021