

**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**