

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP *BRAND*
LOYALTY DENGAN *VALUE CONSCIOUSNESS*
DAN *BRAND LOVE* SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

(Studi Pada Konsumen *Marketplace* Shopee)



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun Oleh:

**ZHAFIRA UTAMI MARHABAN
NIM. 12010120410072**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**