

PENGARUH ANTESEDEN *CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT* TERHADAP *BRAND LOYALTY* DALAM MENGGUNAKAN INSTAGRAM SHOP SEBAGAI SALURAN *SOCIAL COMMERCE*

(Studi kasus *brand loyalty* pada produk *fashion* melalui Instagram Shop di Indonesia)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

RIZKI SUSILO UTOMO
NIM.12010116140100

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023