

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENINGKATAN EKUITAS PELANGGAN DAN INTENSI
PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION* MEREK RABBANI
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY TOWARD
THE INCREASE OF CONSUMER'S EQUITY AND PURCHASING
INTENTION TO THE PRODUCT OF BRAND FASHION RABBANI
(Research Toward Female Student of Muhammadiyah University of Yogyakarta)***



Disusun oleh:

**Fariz Lesmana
20130410130**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

