

SKRIPSI

**PENGARUH AKTIFITAS 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)***

Diajukan oleh

**Fariz Lesmana
20130410130**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 24 Februari 2017

**DR. Indah Fatmawati, SE., M.si.
Ketua Tim Penguji**

**Siti Dyah Handayani, DR., SE., MM.
Anggota Tim Penguji**

**Hasnah Rimiati, Dra., M.si.
Anggota Tim Penguji**

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si.
NIK. 19660604199202 143 016**