

TESIS

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES (SMMA)
TERHADAP BRAND EQUITY DAN CUSTOMER RESPONSE**

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES
(SMMA) ON BRAND EQUITY AND CUSTOMER RESPONSE**

Diajukan oleh

**DEDI FIRMAN ESMA
20171020014**

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Nuryakin, SE., MM

Tanggal 1 November 2019

Pembimbing II



Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.Si

Tanggal 1 November 2019

TESIS

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES (SMMA)
TERHADAP BRAND EQUITY DAN CUSTOMER RESPONSE**

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES
(SMMA) ON BRAND EQUITY AND CUSTOMER RESPONSE**

Diajukan oleh


**DEDI FIRMAN ESMA
20171020014**

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Program Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 1 November 2019

Yang terdiri dari



Dr. Susanto, M.S
Ketua Tim Penguji



Dr. Nuryakin, SE., MM
Anggota Tim Penguji



Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Ketua Program Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Arni Surwanti, M.Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dedi Firman Esma
Nomor Mahasiswa : 20171020014

Menyatakan bahwa Tesis yang saya buat ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada suatu perguruan tinggi manapun. Tidak terdapat karya dan atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis di acuan dalam naskah ini dan disebutkan ke dalam daftar pustaka. Selanjutnya apabila dikemudian hari terbukti terdapat duplikasi dan atau ada pihak lain yang merasa dirugikan dan menuntut, maka saya akan bertanggung jawab dan menerima segala konsekuensi yang menyertainya.

Yogyakarta, 1 November 2019

Yang Membuat Pernyataan:



Dedi Firman Esma

20171020014