

**PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES  
DALAM MEMBENTUK BRAND TRUST, BRAND LOVE, DAN  
REVISIT INTENTION:  
STUDI PADA SOCIAL MEDIA INSTAGRAM SEDJUK BAKMI DAN  
KOPI**



**Diterima dan disetujui untuk diajukan dalam Ujian Skripsi**

**Jakarta, 10 Februari 2022**

**Dosen Pembimbing Skripsi**

**(Dr. Whony Rofianto S.T., M.Si)**