

**PERAN BRAND AUTHENTICITY DAN SOCIAL MEDIA MARKETING
ACTIVITIES (SMMA) DALAM MENDORONG BRAND TRUST,
BRAND AFFECT DAN BRAND LOYALTY: UNCLE Z
KOPITIAM SENOPATI JAKARTA**



Disusun Oleh:

NANDITO ALGHIFARI

20201111057

**Diajukan Dalam Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Melengkapi Sarjana Manajemen
Progtam Studi Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
INDONESIA BANKING SCHOOL**

2024