

SKRIPSI

**PERAN KONTEN INTERAKTIF DAN PENGARUH POSTINGAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KETERIKATAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA APLIKASI *SOCIAL
COMMERCE INSTAGRAM* (STUDI PADA PENGGUNA *INSTAGRAM
SHOPPING*)**



Oleh:

MEVLANA FAZA AYEZTAMA

NIM C1B018103

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PURWOKERTO

2023