

TESIS

**MEMBANGUN *BRAND LOVE* DAN *BRAND FIDELITY* PRODUK
IPHONE MELALUI *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY*,
BRAND INTIMACY, DAN *BRAND AUTHENTICITY***



Oleh:

CHANDRA HADI PRAYOGA

NIM C2C023062

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2025**

TESIS

MEMBANGUN *BRAND LOVE* DAN *BRAND FIDELITY* PRODUK IPHONE MELALUI *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY*, *BRAND INTIMACY*, DAN *BRAND AUTHENTICITY*

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Manajemen pada
Pascasarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman



Oleh:

CHANDRA HADI PRAYOGA

NIM C2C023062

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2025**