PENGARUH *CONTENT MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* (STUDI KASUS PADA ELZATTA BANDUNG TAHUN 2019)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.

Disusun oleh:

Naili Surayya M. Yanis

6704161042

D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2019