

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* ONLINE TRAVEL AGENT
BERDASARKAN INTERAKSI PENGGUNA MEDIA SOSIAL
TWITTER**

**(STUDI KASUS: TRAVELOKA, TIKET.COM, TRIVAGO, AGODA, DAN
PEGIPEGI)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program
Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

**GINA PANGESTIKA DAMAYANTI SURADIHARDJO
1401174297**



**Universitas
Telkom**

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2021