PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP *BRAND SATISFACTION* DAN *BRAND LOYALTY* PRODUK KOSMETIK MEREK WARDAH DENGAN *CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PLATFORM INSTAGRAM

TESIS

NURUL AZMI
NIM. 236110101026

PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
FEBRUARI, 2026

PENGARUH *SOCIAL* MEDIA *MARKETING* TERHADAP *BRAND SATISFACTION* DAN *BRAND LOYALTY* PRODUK KOSMETIK MEREK WARDAH DENGAN *CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PLATFORM INSTAGRAM

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains Manajemen

NURUL AZMI
NIM. 236110101026

universitas
MALIKUSSALEH

PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
FEBRUARI, 2026