PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND AWARENESS PADA COFFEE SHOP DI KOTA MEDAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi
Sebagai Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis

Oleh
AISYA SALSABILA
NIM.7201250006

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2024

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
FAKULTAS EKONOMI
FE
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY