



UNIVERSITAS INTERNASIONAL
SEMEN INDONESIA

SKRIPSI – MG12SK46

**PENGARUH STRATEGI EXPERIENTIAL MARKETING
TERHADAP ONLINE ENGAGEMENT DENGAN CO-BRANDING
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS CO-BRANDING
DEAR ME BEAUTY COSMETIC DENGAN BEBERAPA BRAND)**

Oleh:

NUR EFITA

NIM: 1011710070

DOSEN PEMBIMBING

ALFINA, S.M., M.M.

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
TAHUN 2021**