



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**