

**THE IMPACT OF CONSUMER BEHAVIOR ON KOMERCE'S BRAND
AWARENESS THROUGH KOMERCE'S SOCIAL MEDIA MARKETING
(Case Study: SME Actors in Barlingmascakeb)**



IGA KURNIA PUTRI

20/460719/SV/17800

**Submitted to the Board of Examiners
in Partial Fulfillment of the Requirements for Bachelor of Applied English
in the English Program
Vocational College
Universitas Gadjah Mada
Yogyakarta
2022**



The Impact of Consumer Behavior on Komerce's Brand Awareness through Komerce's Social Media Marketing. (Case Study: SME Actors in Barlingmascakeb)

IGA KURNIA PUTRI, Erlin Estiana Yuanti, S.S., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**DAMPAK KEBIASAAN KONSUMEN TERHADAP KESADARAN MEREK
KOMERCE MELALUI PEMASARAN MEDIA SOSIAL KOMERCE
(Studi Kasus: Pelaku UMKM di Barlingmascakeb)**



IGA KURNIA PUTRI

20/460719/SV/17800

Diajukan kepada Dewan Penguji

Dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan

Bahasa Inggris

Program Studi Bahasa Inggris

Sekolah Vokasi

Universitas Gadjah Mada

2022