

**PENGARUH *EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA MARKETING*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *BRAND LOVE*  
SEBAGAI MEDIASI  
(Survei pada Pelanggan Fashion “UNIQLO” di Daerah Istimewa  
Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



**KIRANA NARISWARI**

**NIM. 141190191**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA  
2023**