

**PENGARUH IDENTITAS SOSIAL, PERSEPSI NILAI, DAN
AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUASAN NETIZEN**

(Studi empiris pada pengguna Instagram dan Facebook)



**Diajukan oleh
HERI MAHYUZAR
17911058**

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2020**