

**PENGARUH ELEMEN SEMIOTIKA DIGITAL
TERHADAP *BRAND ENGAGEMENT* DENGAN
AFFECTIVE EXPERIENCE SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PENGGUNA INSTAGRAM
(Survey pada Komunitas *Brand Wardah* Indonesia)**

Oleh

Tsania Nur Azzahra

NPM 223402245

NASKAH SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2026**

**PENGARUH ELEMEN SEMIOTIKA DIGITAL
TERHADAP *BRAND ENGAGEMENT* DENGAN
AFFECTIVE EXPERIENCE SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PENGGUNA INSTAGRAM
(Survey pada Pengikut Instagram *Brand Wardah*)**

Oleh

Tsania Nur Azzahra

NPM 223402245

Di Bawah Bimbingan:

R. Lucky Radi Rinandiyana, S.E., M.Si.

Alfin Nur Fahmi Mufreni, S.E., M.T.

NASKAH SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2026**