

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA NIAT BELI SEPATU
MEREK LOKAL: CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Strata Satu
Program Studi Manajemen



Dosen Pembimbing:

Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.

Disusun oleh:

Doni Dzaki Taufiqurrahman

20/454853/EK/22817

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2024



Pengaruh Pemasaran Media Sosial pada Niat Beli Sepatu Merek Lokal: Citra Merek dan Kepercayaan Merek

sebagai Variabel Pemediasi

DONI DZAKI TAUFICURRAHMAN, Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

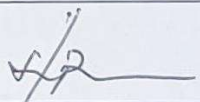

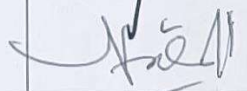
Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul:

**Pengaruh Pemasaran Media Sosial pada Niat Beli Sepatu Merek Lokal:
Citra Merek dan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Pemediasi**

Disusun oleh
Doni Dzaki Taufiqurrahman
20/454853/EK/22817

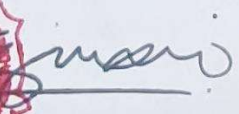
Telah saya baca dengan seksama dan telah dinyatakan memenuhi standar ilmiah, baik jangkauan maupun kualitasnya, sebagai skripsi jenjang Pendidikan Sarjana (S1).

Telah diujikan pada 17 Oktober 2024

Tim Penguji	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Pembimbing	Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.	
Penguji 1	Prof. Amin Wibowo, S.E., M.B.A., Ph.D.	
Penguji 2	Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D., FHEA.	

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan




Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
NIP 197805202005011002