

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP
BRAND LOYALTY DENGAN *BRAND TRUST* DAN *BRAND*
EQUITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pelanggan Somethinc di Kota Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**PARAMITHA HIKMAH RIMANINGTYAS
NIM. 12010121140264**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**