

***Building Brand Trust Melalui User-Generated Content (UGC): Perpektif  
Self-Congruence Theory***  
(Studi Empiris Pada Pengguna Xiaomi di Semarang)



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**ABDURRAHMAN MALIK NITISAstra**

**NIM. 12010120130179**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2026**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**