

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP EKUITAS MEREK DENGAN
KEPERCAYAAN MEREK DAN KECINTAAN PADA
MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Pengguna Produk Wardah di Indonesia)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

SILVIA NENGSIH
NIM. 12010121120044

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2025