

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* MELALUI
CUSTOMER ENGAGEMENT DAN *CUSTOMER BRAND*
IDENTIFICATION SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Konsumen Skintific di Semarang, Jawa
Tengah)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**PRAMOEDIA DESSIANA PUSITA
NIM.12010121130211**

**FEB UNDIP
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025