

**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
BRAND IMAGE DALAM MENDORONG
PURCHASE DECISION MELALUI *PERCEIVED
VALUE***

**(Studi pada Konsumen Maybelline di Kota
Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

SHAFIRA FEBRIANA NAFI'AH
NIM. 12010121140360

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