

**UNIVERSITAS GUNADARMA
FAKULTAS EKONOMI**



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ONLINE ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN TOMORO COFFEE DI
JABODETABEK**

Disusun Oleh:

Nama : Jihan Nurhaliza Fajriani
NPM : 10220787
Program Studi : Manajemen
Pembimbing : Dr. Sri Murtiasih, SE., MM., MIKom.

Diajukan Guna Melengkapi Sebagai Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata (S1)

JAKARTA

2024