

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION DIMEDIASI DENGAN VARIABEL
BRAND IMAGE DAN *BRAND TRUST*
(Studi Kasus Pada Produk Brand Kahf di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI



OKTAVIA PUTRI BUNGA PRATAMA

NIM.141200058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2024