

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Survei pada konsumen Wirotocraft Handicraft di Kota Yogyakarta)**

SKRIPSI



TEGUH IBNU ROZZAN

NIM. 141200325

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA  
2024**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND TRUST*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Survei pada konsumen Wirotocraft Handicraft di Kota Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



TEGUH IBNU ROZZAN

NIM. 141200325

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**  
**YOGYAKARTA**  
**2024**