PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA TILASAWA *COFFEE & ROASTERY* DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

SKRIPSI

NAFIS RASINDRIYA

NIM 141210369

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA TILASAWA *COFFEE & ROASTERY* DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

NAFIS RASINDRIYA

NIM 141210369

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2025