

**MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN *BRAND ENGAGEMENT* DAN DAMPAKNYA PADA *PURCHASE INTENTION SMARTPHONE*
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* di Indonesia)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

RIZAL RAHMA SANDI

NIM.12010120420186

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**