

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP EKUITAS MEREK PADA  
INDUSTRI *FAST FOOD* DI INDONESIA: PERAN  
MEDIASI DARI CINTA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**TARISSA FORTUNATA DEVI  
NIM. 12010120140269**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2024**