

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA*  
*MARKETING, BRAND TRUST, DAN BRAND*  
*IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI *VALUE CO-CREATION*  
(Pada Konsumen Kopi Kenangan Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**PRICHA AISHA**

**NIM. 12010120130251**

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