

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
ACTIVITIES, BRAND EXPERIENCE,
DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI *BRAND TRUST*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pengguna *E-Commerce* Blibli di
Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

ALIA RAHMA
12010119140192

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024