

**PENGARUH SOSIAL MEDIA DAN TRUST TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HONDA DENGAN EKUITAS MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Pembeli Motor Honda Di Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

INDRA DARMAWAN

NIM. 12010118140335

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