

**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**