

**PERAN *SOCIAL LEARNING* TERHADAP *CUSTOMER*
ENGAGEMENT PADA *SHORT VIDEO COMMERCE* DENGAN
BRAND REPUTATION DAN *CONSUMER ATTITUDE*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada Pengguna TikTok Indonesia)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

MUHAMMAD JAFAR SHIDIQ

NIM: 12010121140076

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025