Efektivitas Strategi Pemasaran *Influencer* dan *Digital intelligence* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi *Brand trust* pada Produk Kecantikan di Media Sosial TikTok

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro

BAGAS SUDRAJAT
NIM. 12010123420209

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2025

FEB UNDIP