

PERAN KESADARAN MEREK DAN KETERLIBATAN MEREK KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN DALAM EFEKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL

(Studi pada Merek Wardah 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:

KIRANA VIANA

NIM. 12010122140314

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025