

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA*  
*MARKETING* DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*  
TERHADAP *BRAND EQUITY* DENGAN *BRAND*  
*AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi pada konsumen parfum merek *Onix*  
*Fragrance*)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**VANIA AMELIA PUTRI**  
**NIM : 12010122140296**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2026**