

***Building Brand Trust Melalui User-Generated Content (UGC): Perpektif
Self-Congruence Theory***
(Studi Empiris Pada Pengguna Xiaomi di Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

ABDURRAHMAN MALIK NITISASTRA

NIM. 12010120130179

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2026

PERSETUJUAN SKRIPSI