

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE
DECISION DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen Viva Kosmetik 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 :

HALYA NADEA SABILLA
NIM.12010122120060

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