

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES* DAN
BRAND EXPERIENCE TERHADAP *BRAND LOYALTY*:
PERAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Pelanggan Produk Kosmetik Pixy di Wilayah Jawa Tengah)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

FAISA PUTRI AWALI

NIM: 12010117120002

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2021