

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI *INTERVENING VARIABLE* PADA *SMARTPHONE SAMSUNG*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Studi S2 Magister Manajemen

Disusun oleh:

KEIZHA HAYA ATIQA SARJONO

2401221046



Pembimbing 1,



Dr. Adhi Prasetio, ST., MM.

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2023**