

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *CONSUMER PURCHASE INTENTIONS* YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER TRUST*
(Kasus Pada Produk Skincare Scarlett Whitening)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen dari Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi
dan Informatika

Disusun Oleh :

Dien Purnama Sari

1401180167



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022