

**Pengaruh Promosi Instagram dan *Brand Image* Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Dengan *Brand Trust*
Sebagai Variabel *Intervening* Pada Media Sosial Instagram**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

ROBY IRAWAN

1501200263



**Universitas
Telkom**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**