

**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**