

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *TRUST*, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DI MIETIME GLAGAH
*THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, TRUST, AND BRAND
IMAGE ON PURCHASE INTENTION AT MIETIME GLAGAH***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dari Program Studi S1 Bisnis Digital
Direktorat Kampus Surabaya
Universitas Telkom

Disusun oleh:
MUHAMMAD WILDAN MAULANA
NIM 1205210071



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TELKOM UNIVERSITY
SURABAYA
2025**