

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
STUDI KASUS CENGHAR KOPI CIMAHI**

*THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASING
DECISIONS BRAND TRUST AS A MEDIATION VARIABLE CASE STUDY OF
CENGHAR COFFEE CIMAHI*

IWAN SETIAWAN
21220216

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai skripsi pada:

11 September 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Erna Susilawati, SS., MM.

NIP. 4127.70.26.177.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, S.E., M.Si., Ak., CA., CFA
NIP. 4127.34.03.006

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Linnaelismawati, S.E., M.Si., CERM
NIP. 4127.34.02.008