

TESIS

**PERAN MEDIASI KEPERCAYAAN DAN *BRAND IMAGE*
PADA PENGARUH ANTARA *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (STUDY PADA
PENGUNA LAYANAN SHOPEEFOOD)**



Oleh

SELLYNA AFWA MUKHSONI
NIM C2C021056

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2025**