

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP *TRUST BRAND IMAGE* DAN *REPURCHASE INTENTION* PADA GOJEK

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : STEVEN FRANCESCO

NPM : 01011190026



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**