

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
DENGAN *SELF-IMAGE CONGRUENCE* DAN  
*PRODUCT INVOLVEMENT* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi pada Pengguna Produk Kecantikan Merek Scarlett Whitening di Kota  
Semarang, Jawa Tengah)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**YULITA FIRDAYANTI**

**NIM. 12010118120066**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
2022**