

**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**