

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING*
DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
BRAND AWARENESS SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen McDonald's di Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**ALLEHANDRO YOSEA SEPTIANO
12010118130114**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2022