

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY*  
*ENTREPRENEUR* DAN *ELECTRONIC WORD OF*  
*MOUTH (E-WOM)* TERHADAP *PURCHASE*  
*DECISION* DENGAN *BRAND AWARENESS*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI: STUDI KASUS  
PADA STREET BOBA DI SEMARANG**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**ALIF SAPRINA AISYI**  
**NIM. 12010118120039**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2022**