

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN  
PERCEIVED BRAND INTERACTIVITY TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN  
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi pada Konsumen Produk Somethinc di Wilayah Jawa Tengah)**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:  
**FARAH ALIFIA NUR FITRIANI**  
**NIM. 12010118130164**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2022**