

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING, ONLINE*  
*CUSTOMER REVIEW* DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi pada Konsumen Produk Kecantikan Merek Avoskin pada**

**Mahasiswa/i di Universitas Diponegoro)**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**AUREL S. YULIETA BUTAR-BUTAR**  
**NIM. 12010118120017**

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