

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD
OF MOUTH* DAN *CELEBRITY ENDORSER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen MS Glow di Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

SALMA ALMARATUSS SHOLICHAH

NIM. 12010118130179

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022