

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