

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION DENGAN *BRAND IMAGE* DAN
BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PRODUK MS GLOW (STUDI PADA PENGGUNA TWITTER
INDONESIA)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

SHANERIKA SALINA

NIM 12010119130155

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2023