

**APLIKASI MODEL S-O-R PADA ANALISIS PENGARUH  
E-WOM MELALUI SOCIAL MEDIA INFLUENCER,  
CELEBRITY ENDORSEMENT, DAN CUSTOMER  
REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN BRAND  
IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Kasus pada konsumen produk Erigo melalui  
S-commerce TikTok Shop)**



**SKRIPSI**

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

**KHANSANIA ADINDA MUKTI**  
**NIM.12010119130316**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2023**