

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER ONLINE  
REVIEWS, LIVE STREAMING, DAN  
PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE  
INTENTION* MELALUI *CUSTOMER TRUST*  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen Produk Wardah di Kota  
Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**FELICIA CASSIE CLARABELLE PUTRI RAHMAN**

**NIM. 12010120140350**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2024**