

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA
SOSIAL DAN PERNYATAAN DARI MULUT KE
MULUT SECARA ELEKTRONIK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Empiris Pada Konsumen Produk Emina Via Shopee 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:

FELLYCIA ANDREA POESPA

NIM. 12010120120027

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024