

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
VIRAL MARKETING, DAN *TAGLINE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
ALFAMART KOTA SEMARANG MELALUI
BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:
SASFIA DJAPARDI
NIM. 12010120140277

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**