

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over 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 :

SALMA SYIFA SYAHIRA

NIM. 12010120140205

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024