

**FAKTOR DETERMINASI *BEHAVIOURAL INTENTION* DENGAN *HEDONIC BRAND IMAGE*, *FUNCTIONAL BRAND IMAGE*, *TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Pengguna *Azarine Cosmetics* di Kota Semarang, Jawa Tengah)**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**SETIA ADINDA NAINGGOLAN**

**NIM. 12010120120026**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2024**