

**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