

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING, E-WOM,*  
*DAN ONLINE CUSTOMER REVIEWS* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER*  
*TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada  
Konsumen Produk Sabun Cuci Muka Kahf di Kota  
Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**AKHMAD HIKMALSHAH AKBAR**

**NIM. 12010120140203**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2024**