

**PENGARUH HUMOR PADA IKLAN, KOGNITIF, DAN  
EMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK  
SEBAGAI MEDIATOR  
(Studi pada Konsumen Gojek 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:

**YOSHEFINE MAHARANI HERWIENDA  
NIM. 12010121130143**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2025**