

**PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS, DAN
POPULARITAS BRAND AMBASSADOR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP MELALUI
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

PETRONELLA GABRINA SIMATUPANG

NIM. 12010121120020

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025