

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi pada Konsumen Calf Kopi 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 :

MAHATMA MULANA AZIZ

NIM. 12010120140169

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2025