

**PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MELALUI *BRAND IMAGE*, *BRAND  
AMBASSADOR*, DAN PENETAPAN HARGA,  
DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI (STUDI KASUS PADA PRODUK  
SOMETHINC 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:

**MELINA SAFITRI**  
**NIM.12010119140227**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2026**