

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI,  
KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ONLINE DENGAN CITRA MEREK  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pengguna Layanan Go-Car 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 :

**AL-AFINDA NOVIANSYAH**

**NIM.12010114120031**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2018**