

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK  
PROMOSI, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEB Universitas  
Diponegoro Semarang)



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**RILLA YOLANDA**

**NIM. 12010113120003**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2017**