

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *SALES PROMOTION*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND IMAGE*

(Studi Kasus Mahasiswa UNDIP untuk Produk Luwak White Koffie)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**YULIA WIDHAYANTI
NIM. 12010113120025**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**