

**ANALISIS PENGARUH *SOURCE EXPERTISE*  
DAN *SOURCE TRUSTWORTHINESS*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
MELALUI *EWOM CREDIBILITY* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Mustika  
Ratu dengan Puteri Indonesia sebagai *Brand*  
*Ambassador*)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**SUESTY SONDYARINI**

**NIM. 12010114140208**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**