

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER ONLINE
REVIEWS, LIVE STREAMING, DAN
PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE
INTENTION* MELALUI *CUSTOMER TRUST*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Produk Wardah di Kota
Semarang)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

FELICIA CASSIE CLARABELLE PUTRI RAHMAN

NIM. 12010120140350

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024