

**ANALISIS PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *E-WOM*,
DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEWS* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN *CUSTOMER
TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada
Konsumen Produk Sabun Cuci Muka Kahf di Kota
Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

AKHMAD HIKMALSHAH AKBAR

NIM. 12010120140203

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024