

**PENGARUH HUMOR PADA IKLAN, KOGNITIF, DAN
EMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK
SEBAGAI MEDIATOR
(Studi pada Konsumen Gojek di Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**YOSHEFINE MAHARANI HERWIENDA
NIM. 12010121130143**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**