

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN
PERCEIVED BRAND INTERACTIVITY TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada Konsumen Produk Somethinc di Wilayah Jawa Tengah)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

FARAH ALIFIA NUR FITRIANI
NIM. 12010118130164

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022