

**ANALISIS PENGARUH *BRAND TRUST* DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada Konsumen Produk *Skincare* Azarine 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:

DEBORA NATHALIA AMANDA

NIM. 12010122130143

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026