

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *EWOM*,  
*PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE  
INTENTION* MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Empiris pada Konsumen Obat Mixagrip 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 :

**MUHAMMAD DAFFA RASYAD**

**NIM.12010122120045**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2026**