

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD  
OF MOUTH* DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen MS Glow 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 :

**SALMA ALMARATUSS SHOLICHAH**

**NIM. 12010118130179**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2022**