

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel di Kota Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

RACHMA PUTRI NUR AZIZAH

NIM. 12010118130236

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2022