

**ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*
ENDORSEMENT, SOCIAL MEDIA MARKETING
*DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-
WOM)* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

(Studi Pada Konsumen Maybelline 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:

**NUR JANNAH BINTI MUSLIMIN
NIM. 12010122100105**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**