

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN *E-WOM* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK GLAD2GLOW DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Magelang)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

LINDA KURNIA SARI
NIM. 12010119130165

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