

**PENGARUH *USER GENERATED CONTENT*, E-WOM, DAN
BRAND EXPERIENCE TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
DENGAN *BRAND EQUITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada konsumen mobil listrik Wuling di kota Jakarta)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

DIVA JIHAN FADHILAH

NIM. 12010122140244

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2026