

**PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *BRAND IMAGE*, *BRAND
AMBASSADOR*, DAN PENETAPAN HARGA,
DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI (STUDI KASUS PADA PRODUK
SOMETHINC 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:

MELINA SAFITRI
NIM. 12010119140227

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