PENGARUH *BRAND EXTENSION* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI INTERVENING (Studi Produk *Hand Sanitizer* Lifebuoy pada Masa Pandemi Covid-19 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 :
FEBRIANI ALIFIA KULTSUM
NIM. 12010118130151

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022