

**ANALISIS PENGARUH PERCEIVED QUALITY,
COUNTRY OF ORIGIN, DAN E-WOM
TERHADAP PURCHASE DECISION DENGAN
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Konsumen Starbucks di Kota
Semarang)**



Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:
SITI CHOWINDA AYUNINGTIAS
NIM. 12010120130196

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**