

**ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN  
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over di Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

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

**FEB UNDIP**

Disusun Oleh :

**SALMA SYIFA SYAHIRA**

**NIM. 12010120140205**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2024**