

FAKTOR DETERMINASI *BEHAVIOURAL INTENTION* DENGAN *HEDONIC BRAND IMAGE*, *FUNCTIONAL BRAND IMAGE*, *TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pengguna Azarine Cosmetics di Kota Semarang, Jawa Tengah)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

SETIA ADINDA NAINGGOLAN

NIM. 12010120120026

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024