

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK  
“SOMETHINC”**

**(Survei Pada Mahasiswa S-1 UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



**SALMA HANIFAH**

**NIM. 141200179**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

**YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK  
“SOMETHINC”**

**(Survei Pada Mahasiswa S-1 UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



**SALMA HANIFAH**

**NIM. 141200179**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA**

**2024**