

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY*
ENDORSEMENT TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Pengguna Lipstik Merek Wardah 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 :

WAHYU NOVITA
NIM. 12010118120046

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2022