

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* AVOSKIN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus terhadap Masyarakat Kota Medan)



SKRIPSI

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

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Viona Valencia Kesara Sianipar

NIM.12010119130209

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2023