

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*,
CUSTOMER EXPERIENCE, DAN *CUSTOMER
ENGAGEMENT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
MELALUI *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi Pada Konsumen Produk Wardah
di Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

PUTRI GIANI NABILA SALWA

NIM. 12010120140138

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024