

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND AWARENESS*,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SCARLETT WHITENING
DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Kasus Pengguna Produk Scarlett Di Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

WULANDA FATIH APRILLIA

NIM. 12010119140333

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024