

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*,
KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DAYA TARIK
IKLAN TERHADAP *BRAND IMAGE* SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Kasus Pada Konsumen *Face Care* Garnier 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:

SHINTA PAMUDYANING RIZKI

NIM. 12010111130056

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016