

**ANALISIS PENGARUH *BRAND  
COMMUNICATION, CELEBRITY  
ENDORSEMENT* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION***

**(Study Pada Konsumen Produk Kecantikan Merek *Make Over* Pada  
Mahasiswi Fakultas Ekonomi di Universitas Diponegoro)**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**MEI SELLA ANASTASIA BR GINTING**

**NIM. 12010117120037**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2021**