PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE,* ATRIBUT PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MEN'S BIORE

(Study Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis S1 Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)

SKRIPSI

NISA PRIMADILA

NIM : 141140379

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2018

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE,* ATRIBUT PRODUK DANKEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH WAJAH MEN'S BIORE

(Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis S1 Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekomoni dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

NISA PRIMADILA

NIM : 141140379

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2018