

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* INSTAGRAM, *BRAND IMAGE*, DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
EMINA DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**GIZKHA AISYAH ADINDA**  
**NIM. 141160244**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**  
**YOGYAKARTA**  
**2019**