

**ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, SOCIAL MEDIA,
DAN CONTENT YOUTUBE TERHADAP PURCHASE INTENTION
PRODUK KOSMETIK WARDAH MELALUI BRAND AWARENESS
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survei pada Produk Kosmetik Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI



VIOLA AYU ANDARI

NIM. 141180262

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2022**