

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE AZARINE COSMETIC*

(Survei pada Generasi Z di Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

NADIA INTAN PRAMESTI

NIM. 141200018

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2024