

**ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN ENDORSER TERHADAP
PURCHASE INTENTION GARNIER MEN DENGAN *BRAND*
AWARENESS SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Yogyakarta

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Marianus Do Santus

NPM. : 141100315

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

2016