

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN MAKE OVER
(Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Oleh :

Adinda Malfin Ignacia

NIM. 216122296

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG
2020**