

**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**