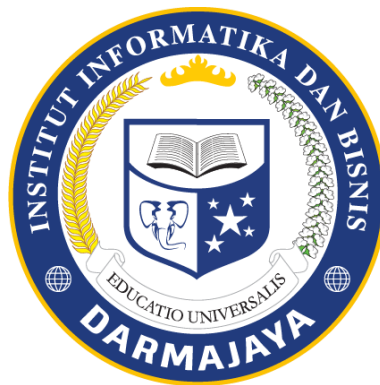


PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA KOSMETIK HANASUI

SKRIPSI



Disusun oleh:

Diah Asta Rina

2112110045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2025

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA KOSMETIK HANASUI

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Pada Program Studi Manajemen

IIB Darmajaya Bandar Lampung



Disusun Oleh:

Dah Asta Rina

2112110045

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

INSTITUT INFORMATIKA DAN DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2025