

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION ERIGO

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**NOVA PUTRIYANA
1812110114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
IINSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2022**