

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY*
ENDORSEMENT DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN
BRAND AWARENESS SEBAGAI *VARIABEL*
INTERVENING (Studi Pada Konsumen yang
Mengetahui Produk Garnier *Facewash* di Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

RIZA RIZKY AZLYA

NIM. 12010120140253

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024