

**PENGARUH PERSEPSI PADA IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MIE  
INSTAN MEREK MIE SEDAAP WHITE CURRY**

***THE INFLUENCE OF PERCEPTION IN ADVERTISING AND CELEBRITY  
ENDORSER TOWARD THE CONSUMER PURCHASE DECISION OF  
NOODLES PRODUCTS ESPECIALLY SEDAAP WHITE CURRY BRANDS***

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**TRI INDAH RAHMANA**

**20130410222**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**