

SKRIPSI
PENGARUH DAYA TARIK, KREDIBILITAS *CELEBRITY* ENDORSER DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK KOSMETIK L'ORÉAL
(Studi pada konsumen produk kosmetik L'oréal di Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF ATTRACTIVENESS, CREDIBILITY OF CELEBRITY
ENDORSER, AND BRAND IMAGE TOWARD PURCHASING DECISION ON
L'ORÉAL COSMETIC PRODUCT
(Study on L'oréal cosmetic products consumer in Yogyakarta)

Diajukan oleh
DESY HARYANTI
20130410251

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan Didepan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 11 Desember 2017
Yang terdiri dari

Retno Widowati PA., M.SI., Ph.D
Anggota Tim Penguji

Siti Dyah Handayani, Dr., MM

Ketua Tim Penguji

Hasnah Rimiwati, Dra., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.
NIK. 1973 1218 1999 04 143 068