

**PENGARUH PERSEPSI IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI**

***THE INFLUENCE OF ADVERTISEMENT PERCEPTION AND  
CELEBRITY ENDORSER ON PURCHASE DECISION  
THROUGH BRAND IMAGE AS MEDIATOR***

**Tesis**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2

Program Studi Magister Manajemen



**Diajukan Oleh :  
LALU SUPARDIN  
20161020027**

**Kepada  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2017**