

PENGARUH ENDORSER SELEBRITI, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN

MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT

WHITENING PADA TOKO KAZANA KOSMETIK MEDAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi

Sebagai Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

SRI SYAFRINA NINGSIH

NIM. 7202210005



JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2024