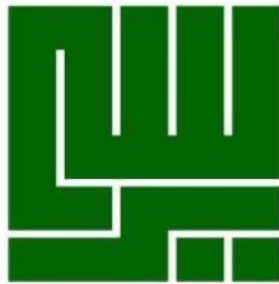


**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND LOYALTY*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK
SKINCARE SCARLETT WHITENING BRIGHTLY
SERTA TINJAUNANNYA DARI
SUDUT PANDANG ISLAM**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Produk *Skincare Scarlett Whitening Brightly*
di Wilayah Kota Administrasi Jakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

NAMA : PUTRI ISMI EFFENDI

NPM : 1202018154

PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

2022