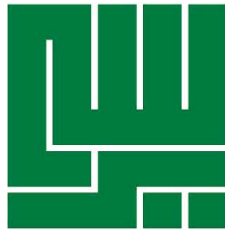


**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK MAYBELLINE MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI SERTA TINJAUANNYA
DARI SUDUT PANDANG ISLAM
(Studi Pada konsumen Produk Kosmetik Maybelline di wilayah DKI
Jakarta)**



SKRIPSI

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

Oleh:

Nama : Anisyia Larasati

NPM : 120.2017.030

Program Studi : S-1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
JAKARTA
2021**