

SKRIPSI

**Pengaruh *Attractiveness, Trustworthiness, Expertise* dari *Brand Ambassador*
terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah dan *Brand Image* sebagai
variabel Intervening
(Studi pada Mahasiswi FEB Universitas Lambung Mangkurat)**

**Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh :
ANNISA PEGGI RUFIDA
NIM : C1B114271
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2018**