

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIE SEDAAP DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi Pada Mahasiswa Aktif Universitas Lambung Mangkurat Pada Tahun 2021)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana 1 (S1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh
Rezki Wahdina
1610414320029

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN
2021