

**PERAN *CELEBRITY WORSHIP* DAN SIKAP TERHADAP *BRAND*  
*AMBASSADOR* PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK  
MEREK LOKAL**

**SKRIPSI**



**BRENNA AZHRA SYAHADATI  
17/412935/PS/07390**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
YOGYAKARTA**

**2022**