

**RASIONALITAS SEBAGAI MEDIATOR ANTARA HUBUNGAN
PENGUNAAN BRAND AMBASSADOR SELEBRITI IDOLA DENGAN
DISONANSI PASCA PEMBELIAN PADA PRODUK KECANTIKAN
LOKAL**

SKRIPSI



Faiza Az Zahra

19/440121/PS/07856

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

YOGYAKARTA

2023

**RASIONALITAS SEBAGAI MEDIATOR ANTARA HUBUNGAN
PENGUNAAN *BRAND AMBASSADOR* SELEBRITI IDOLA
DENGAN DISONANSI PASCA PEMBELIAN PADA PRODUK
KECANTIKAN LOKAL**

SKRIPSI



Faiza Az Zahra
19/440121/PS/07856

**PROGRAM STUDI SARJANA
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2023**



LEMBAR PENGESAHAN

RASIONALITAS SEBAGAI MEDIATOR ANTARA HUBUNGAN
PENGUNAAN BRAND AMBASSADOR SELEBRITI IDOLA DENGAN
DISONANSI PASCA PEMBELIAN PADA PRODUK KECANTIKAN LOKAL

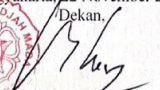
Oleh:
Faiza Az Zahra
19/440121/PS/07856

Skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
gelar Sarjana dalam Ilmu Psikologi dan dipertahankan di depan sidang
Tim Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Pada tanggal 31 Oktober 2023

Tim Penguji

Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
Ketua
Anggota

Smita Dinakaramani, S.Psi., M.Psi, Psikolog
Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Psikologi

Yogyakarta, 22 November 2023
Dekan,

Rahmat Hidayat, S.Psi., M.Sc., Ph.D.
NIP. 196802261995121001