

PENGARUH ISI PESAN, *CELEBRITY ENDORSER*, DAN *TAGLINE*

PADA IKLAN TELEVISI TERHADAP PEMBELIAN PRODUK

WARDAH *COSMETICS* OLEH MAHASISWI

UNIVERSITAS GADJAH MADA

SKRIPSI



Oleh :

Primadika Wahyu Wijayanti

11/316123/FA/08830

FAKULTAS FARMASI

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2015