

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP  
MINAT BELI SEPATU NIKE DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA)**

***THE ANALYSIS EFFECT OF ADVERTISING AND CELEBRITY ENDORSER  
TOWARDS INTEREST TO BUY NIKE SHOES WITH BRAND AWARENESS AS  
INTERVENING VARIABLES  
(STUDY ON STUDENTS IN THE UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA)***

**SKRIPSI**



Oleh

**A.MUFLIH IKHSAN**

**20150410326**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**