

PENGARUH *IMAGE SATISFACTION* DAN *ADVERTISING TRUST* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* YANG DI MEDIASI OLEH *SELF-BRAND CONNECTION* (STUDI KASUS PADA PRODUK SCARLETT *WHITENING*)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Denissa Zalfa Fadhila

1501194054



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
TELKOM *UNIVERSITY*
BANDUNG
2023**