

**Pengaruh Celebrity Dan Non Celebrity Endorsement
Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Indomie
(Studi Kasus Kelurahan Condong Catur, Depok, Sleman Yogyakarta)**

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Suci Rahmasari
Nomor Mahasiswa : 01311092
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**