

PENGARUH *BRAND AMBASADOR*, *BRAND IMAGE* DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK PAKAIAN OLAH RAGA DI *PLATFORM E-COMMERCE* PADA MASYARAKAT DI KOTA LHOKSEUMAWE

SKRIPSI

**AULIA UL MURSALIN
NIM. 180410239**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2024**

PENGARUH *BRAND AMBASADOR, BRAND IMAGE* DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK PAKAIAN OLAH RAGA DI *PLATFORM E-COMMERCE* PADA MASYARAKAT DI KOTA LHOKSEUMAWE

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

**AULIA UL MURSALIN
NIM. 180410239**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2024**