

**PENGARUH *PERCEPTION OF CELEBRITY ENDORSEMENT*
DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION: PERAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL
MODERATOR**

Kamelia Vanny D
(2021071042)

Tesis Program Magister Manajemen Eksekutif Muda
Angkatan 25



Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Jakarta

2023