

**ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS
INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL TERHADAP
PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND
ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Konsumen Produk Makanan Lokasaji)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

**PRASASTI SEKAR KINANTI
NIM. 12010118120032**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**