ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* DAN *DISCLOSURE OF SPONSORSHIP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi Pada Konsumen Generasi Z di Instagram)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Ariq Naufal Prasetio

NIM. 12010118120028

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022