

**ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS  
*INFLUENCER* PADA INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN  
MEREK DAN CITRA MEREK SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA PERAWATAN TUBUH WARDAH)**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**TRI CAHYADININGRUM**

**NIM. 12010119120019**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2023**