

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN
BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada *Followers* dari *Influencer Tasya Farasya*)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

FATMA ULFA NURHAFIDZA

NIM. 12010120140340

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024