

**ANALISIS PENGARUH *ATTRACTIVENESS*,
TRUSTWORTHINESS, DAN *EXPERTISE*
INFLUENCER TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION MELALUI *BRAND IMAGE* PADA
PRODUK WARDAH**

**(Studi pada Calon Konsumen Kosmetik Wardah di
Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

FADIYAH SEFIA NAFIZA

NIM. 12010120120034

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024