

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN
MEREK SEBAGAI MEDIATOR
(Studi pada Pengguna Lipstik Wardah di Kota Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ARINI RIZKIA NURSUKMA

NIM. 12010121120021

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2025