

ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

**Studi pada Produk *Skincare* dengan *Tagline* “Tasya
Farasya *Approved*”**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

ATIKA RAHMAWATI
NIM. 12010122130148

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2026