

**ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY  
ENDORSERS, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN SIKAP  
PADA PEMASARAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT  
BELI**

**(Studi pada Bisnis Kue Selebritis Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**TRI ANDOYO ARDIWIBOWO**

**NIM. 12010114130216**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2019**