

**ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER*
INSTAGRAM TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
PRODUK *SKINCARE* SCARLETT WHITENING DENGAN
BRAND ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Mahasiswa/i Universitas Diponegoro)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

JARTI ARDO PURBATUA

NIM. 12010117120059

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021