

**ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS
INFLUENCER DAN DISCLOSURE OF
SPONSORSHIP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI BRAND
ATTITUDE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Pada Konsumen Generasi Z di Instagram)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Ariq Naufal Prasetio

NIM. 12010118120028

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**