

**ANALISIS PENGARUH KREDIBILITAS
INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL TERHADAP
PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND
ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Konsumen Produk Makanan Lokasaji)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

PRASASTI SEKAR KINANTI
NIM. 12010118120032

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