

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN  
*BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada *Followers* dari *Influencer Tasya Farasya*)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**FATMA ULFA NURHAFIDZA**

**NIM. 12010120140340**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2024**