

**PERAN KREDIBILITAS *INFLUENCER* SARAH AYU DAN
CONTENT QUALITY TERHADAP *ONLINE ENGAGEMENT* DAN
PURCHASE INTENTION PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



Disusun Oleh:

ANNISA FADILLA PURNOMO PUTRI

20201111001

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat

Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

INDONESIA BANKING SCHOOL

JAKARTA

2024