

**PENGARUH *INFLUENCERS CREDIBILITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *SKINCARE* SOMETHINC PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE YANG DIMEDIASI OLEH *ONLINE CUSTOMER ENGAGEMENT***

**SKRIPSI**



**ANISA FITRIANI**

**NIM.141200107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2024**