

**KEKUATAN PEMENGARUH: BAGAIMANA PEMENGARUH
MENDORONG NIAT BELI KONSUMEN MELALUI KETERLIBATAN
MEREK**

SKRIPSI

Ditujukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S-1) Jurusan
Manajemen

Dosen Pembimbing Skripsi: Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.



Disusun Oleh:

Zata Lini Khaira Syarif

20/461257/EK/23213

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN



UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS




Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul:

Kekuatan Pemengaruh: Bagaimana Pemengaruh Mendorong Niat Beli Konsumen melalui Keterlibatan Merek

Disusun oleh
Zata Lini Khaira Syarif
20/461257/EK/23213


Telah saya baca dengan seksama dan telah dinyatakan memenuhi standar ilmiah, baik jangkauan maupun kualitasnya, sebagai skripsi jenjang Pendidikan Sarjana (S1).

Telah diujikan pada 23 Oktober 2024

Tim Penguji	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Pembimbing	Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.	
Penguji 1	Agastya, Drs., M.B.A.	
Penguji 2	Anggraeni Pranandari, S.E., M.Sc.	

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan




Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
NIP 197805202005011002