

**ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK TOKOPEDIA DENGAN *BRAND ATTITUDE* DAN *BRAND  
CREDIBILITY* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

**Disusun Oleh:**

**ANDRA AMELIA PUTRI**

**1401184397**



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG  
2022**