

PENGARUH *INFLUENCER ATTRIBUTES* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* SKINCARE LOKAL DI BANDUNG: PERAN *FOLLOWER'S PERCEPTION* SEBAGAI MEDIATOR
(Survei pada Pengguna *E-Commerce* Shopee)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Sidang Skripsi
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Viona Arnetha

224010405



**PROGRAM STUDI MANAJEMEM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2026**