

**SKRIPSI - MBKM**

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI SOSIAL MEDIA *INFLUENCER* DAN  
DAYA TARIK *INFLUENCER* TERHADAP NIAT BELI YANG  
DIMEDIASI OLEH SIKAP PADA MEREK**

**(Studi Kasus Pada UMKM Kuliner di Kabupaten Banyumas)**



Oleh:

**NADIVA AJENG CHAIRUNISA**

**NIM. C1B020047**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN**

**2024**