

## **SKRIPSI**

# **NEXUS PHYSICAL ATTRACTIVENESS, POPULARITY DAN PARASOCIAL RELATIONSHIP TERHADAP PERCEIVED BRAND AUTHENTICITY DENGAN PERCEIVED INFLUENCER EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**NAMA : JUAN ANTONIO BAAN**

**NPM : 01011200179**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
JAKARTA  
2023**