

SKRIPSI

**PENGARUH *ENDORSER CREDIBILITY* DAN *BRAND CREDIBILITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *ATTITUDE TOWARDS*
BRAND CREDIBILITY DAN *ATTITUDE TOWARDS BRAND* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA MEREK BATA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : RAKHMAWATI DWI QORIYATI

NPM : 01015220058



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2024**