

**ANALISIS PENGARUH *MICRO INFLUENCER MARKETING* DAN
DAYA TARIK KONTEN INSTAGRAM TERHADAP NIAT
BELI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada: Bloom Culture)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati
Bandung



Oleh :

**AISYAH TUSARI FEBRIANI
NIM. 1229240011**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG
2026**