

**PENGARUH *PERCEIVED INFLUENCE*, *BRAND ENGAGEMENT*  
*IN SELF CONCEPT* DAN *BRAND EXPECTED VALUE* TERHADAP  
*INTENTION TO PURCHASE RECOMMENDED BRAND*  
DI PLATFORM SOCIAL MEDIA INSTAGRAM  
(Studi Pada Somethinc Dengan *Influencer*  
Tasya Farasya)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis

**Disusun oleh:  
Maulinadia Nur Isnaassaro  
15011841147**



**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG  
2022**