

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *PERCEIVED CREDIBILITY* INFLUENCER
TASYA FARASYA TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA *SKINCARE* SOMETHINC
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

***THE EFFECT OF PERSONAL BRANDING AND PERCEIVED CREDIBILITY OF
INFLUENCER TASYA FARASYA ON PURCHASE INTEREST IN SOMETHINC
SKINCARE THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA***

**Dokumen ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan
Mata Kuliah Tugas Akhir
Jalur Reguler**



Disusun oleh,

6704220009 – Mayzahra Aulia

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**