

SKRIPSI

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP *BRAND
LOYALTY* KOPI MLAKU DENGAN *PURCHASE INTENTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI TIKTOK**



Oleh:

BURHANUDIN NAK SABANI

NIM 20220208101

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI, DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO

PURWOKERTO

2026

SKRIPSI

PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP *BRAND LOYALTY* KOPI MLAKU DENGAN *PURCHASE INTENTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI TIKTOK



Oleh:

BURHANUDIN NAK SABANI

NIM. 20220208101

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Melaksanakan Penelitian pada
Pendidikan Strata Satu Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora Universitas
Nahdlatul Ulama Purwokerto

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO

PURWOKERTO

2026