

**ANALISIS PENGARUH *CONTENT MARKETING*,
E-WOM, DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
LOKAL DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
MEDIATOR
(Studi Pada Konsumen Generasi Z PIXY Cosmetics
Melalui *E-Commerce*)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

SALSA SURYANINGRUM
NIM. 12010119130084

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**