

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK KOSMETIK DENGAN KESADARAN
MEREK DAN KETERLIBATAN KONSUMEN-
MEREK SEBAGAI MEDIATOR
(Studi Pada Konsumen Rose All Day Di Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

ROFIFAH JIHAN QONITAH

NIM. 12010121120054

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**