

**PENGARUH KONTEN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL, *INFLUENCER*, DAN DISKON HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Pengguna TikTok Shop Generasi Z
terhadap Brand Scarlett)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

MUHAMMAD FAZLI ARRAZZAQU GHIFARRY
NIM. 12010122130124

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**