

**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**