

**Pengaruh *Social Advertising* dan *Individual Factors* Terhadap *Consumer*  
*Buying Behavior* dengan Dimediasi oleh *Brand Image*  
(Survei pada Pelanggan Produk *Skincare* “*Something*” di Daerah Istimewa  
Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



**GIANI PASHA KHAIRUNNISA**

**NIM.141190048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA**

**2023**

**Pengaruh *Social Advertising* dan *Individual Factors* Terhadap *Consumer*  
*Buying Behavior* dengan Dimediasi oleh *Brand Image*  
(Survei pada Pelanggan Produk *Skincare* “*Something*” di Daerah Istimewa  
Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana  
Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



**GIANI PASHA KHAIRUNNISA**

**NIM.141190048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA**

**2023**