

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SELF-IMAGE*
CONGRUENCE, DAN *CONSUMER'S PERCEIVED ETHICALITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *ATTITUDE TOWARD*
CONSUMPTION OF PRODUCT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survei pada Pria Gen Z Pengguna Produk *Skincare* di Yogyakarta)**

SKRIPSI



ZAHRA HAMIDAH KHAIRUNNISA'

NIM. 141200091

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SELF-IMAGE CONGRUENCE*, DAN *CONSUMER'S PERCEIVED ETHICALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *ATTITUDE TOWARD CONSUMPTION OF PRODUCT* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survei pada Pria Gen Z Pengguna Produk *Skincare* di Yogyakarta)**

SKRIPSI

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



ZAHRA HAMIDAH KHAIRUNNISA'

NIM. 141200091

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2024