

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* SOMETHINC DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Survei pada Gen Z di Kabupaten Sleman)**

SKRIPSI



SITA RAHMASARI

NIM. 141210294

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PRODUK *SKINCARE* SOMETHINC DENGAN *BRAND*

***TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Survei pada Gen Z di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI

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



SITA RAHMASARI

NIM 141210294

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2025