

**PENGARUH EFEKTIVITAS *KEY OPINION LEADER*  
TERHADAP *BRAND IMAGE* DENGAN *SKINCARE*  
*CONSCIOUSNESS* DAN *SOCIAL INFLUENCE* SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI**

**(Survei pada pelanggan produk perawatan kulit)**

**SKRIPSI**



**FAULINA NUZULU RIZQIA**

**NIM.141220328**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA  
2026**