

**Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
Ulang Produk Dupe Makeup pada Generasi Z dengan Citra Merek sebagai
Variabel Mediasi**

SKRIPSI

**Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan
gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta**



CAHYANING KARTIKA RATRI

NIM. 141220276

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

2026