

**PENGARUH *INFLUENCE* TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC MELALUI *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z
DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.M.) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung**



Oleh :
SELLVY ANGGRAENI MIHARDJA
NIM. 1229240243

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG
2026**