

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MEREK DENGAN
MINAT BELI PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA SOSIOLOGI UNSOED DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI



Oleh:

AISYAH SUKMA FAJRI

F1A021019

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI S-1 SOSIOLOGI

PURWOKERTO

2026

SKRIPSI

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MEREK DENGAN
MINAT BELI PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA SOSIOLOGI UNSOED DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Oleh:

Aisyah Sukma Fajri

F1A021019

**Disusun sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.) pada Program Sarjana Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman**

**UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI S-1 SOSIOLOGI
PURWOKERTO
2026**