



PENGARUH *DIGITAL CONTENT MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK *SKINCARE* LOKAL DENGAN *CUSTOMER LOYALTY* DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI JABODETABEK

TESIS

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR MAGISTER MANAJEMEN**

**MAY HOTMA DEWI MANIK AMBARITA
117232007**

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2025