PENGARUH *CULTURAL SENSITIVITY* DAN *CONSUMER ETHNOCENTRISM* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LOKAL

(Survei pada Gen Z di Kota Bandung)

SKRIPSI

Untuk memenuhi syarat Sidang Skripsi

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pasundan

Oleh :

Meisya Amalia Herdiani

204010202

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PASUNDAN

2025