

SKRIPSI

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI GOOD DAY DENGAN
MEDIASI *BRAND TRUST* PADA KONSUMEN
GENERASI Z DI PURWOKERTO**



Oleh

INTAN AGENG DEWANTI

NIM 20220208066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI GOOD DAY DENGAN
MEDIASI *BRAND TRUST* PADA KONSUMEN
GENERASI Z DI PURWOKERTO**



Oleh

INTAN AGENG DEWANTI

NIM 20220208066

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Sosial, Ekonomi, dan Humaniora
Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2026**