

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK CAMILLE BEAUTY SERTA TINJAUANNYA DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus Pada Konsumen Camille Beauty di Dki Jakarta)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh:

Nama : SINTA PANDU UTAMI

NPM : 120.2018.147

Program Studi : S-1 MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
JAKARTA**

2022