

**“PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DISKON DAN VIRAL  
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
MARKETPLACE TOKOPEDIA SERTA TINJAUANNYA DARI  
PERSPEKTIF ISLAM”**

**(Studi kasus pada pengguna Tokopedia di DKI-Jakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk**

**Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi Manajemen**

**Disusun Oleh:**

**NAMA : SILMI MUBARAK**

**NPM : 120.2018.133**

**PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS YARSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**JAKARTA**

**2022**