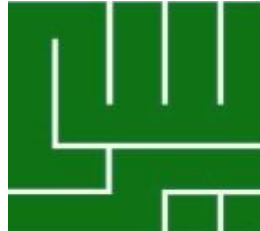


**PERAN *BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING SERTA TINJAUANNYA
DARI SUDUT PANDANG ISLAM
(Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna Tokopedia di Jakarta Pusat)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

Nama : Annisa Nurhanifah

NPM : 1202018356

Program Studi : S-1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

JAKARTA

2022