

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, FOTO PRODUK, DAN
RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
MINAT BELI PELANGGAN SEBAGAI FAKTOR MEDIASI
DALAM *MARKETPLACE* SHOPEE SERTA TINJUAN
DARI SUDUT PANDANG ISLAM**

**(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Yarsi Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Angkatan 2019)**



SKRIPSI

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

Oleh :

**NAMA : IRSAN SAFARDI
NPM : 1202017128
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

JAKARTA

2022