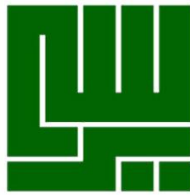


**PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE MELALUI
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
SERTA TINJAUANNYA
DARI SUDUT PANDANG ISLAM
(Studi Pada Konsumen Pengguna Shopee Di Jabodetabek)**



SKRIPSI

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

Oleh:

**Nama : Dini Nur Azizah
NPM : 1202017067
Program Studi : S1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
JAKARTA
2021**