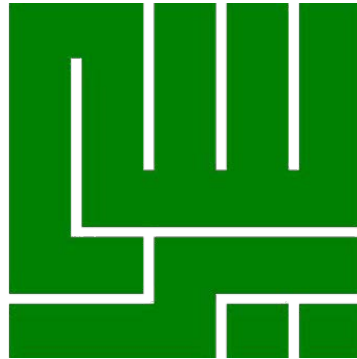


**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
*BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
PEMBELIAN ULANG PRODUK SENSI MASK SERTA  
TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM**



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**NAMA : MUHAMMAD RIZKY AKBAR**

**NPM : 1202017329**

**PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS YARSI**

**JAKARTA**

**2022**