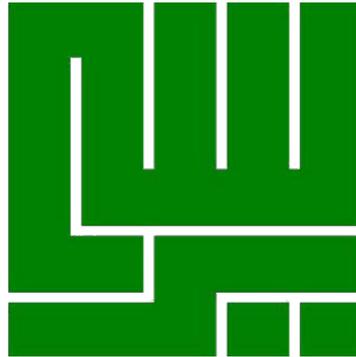


**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,
BRAND TRUST DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
PEMBELIAN ULANG PRODUK SENSI MASK SERTA
TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM**



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