PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM

(Studi Pada Pengguna *Sunscreen* Facetology di Jabodetabek)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Devani Safira

1202020167

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

TAHUN 2024