

**PENGARUH BRAND TRUST, ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT, DAN CUSTOMER LOYALTY
TERHADAP REPURCHASE INTENTION PARFUM HMNS
DI GRAND INDONESIA SERTA TINJAUANNYA
DARI SUDUT PANDANG ISLAM**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh:

Ika Khoirunnisa

1202019114

**UNIVERSITAS YARSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA
2024**