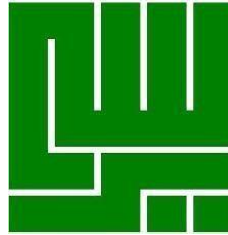


PENGARUH *BRAND TRUST*, *MARKETING MIX*, *PSIKOLOGI KONSUMEN*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPOO SUNSILK SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Yarsi)



SKRIPSI

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

Oleh :

Nama : Faradilah Sari
NPM : 120.2017.086
Program Studi : S1-Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
2022**