

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), *IMPULSE BUYING*, *BRAND IMAGE* DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI) UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

THE INFLUENCE OF *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), *IMPULSE BUYING*, *BRAND IMAGE* AND HALAL LABEL ON COSMETIC PURCHASING DECISIONS IN STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND ISLAMIC BUSINESS (FEBI) UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

الكلمات الإلكترونية من الفم، الشراء الدافع، صورة العلامة التجارية وعلامة الحلال على قرارات شراء مستحضرات التجميل الحلال لدى طلاب كلية الاقتصاد الإسلامي في جامعة سونان غونونغ جاتي الإسلامية الحكومية باندونج

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Magister Ekonomi Islam pada Program Studi Ekonomi Islam**

Oleh:

**LINDA FUADAH
NIM. 2210020025**



**PROGRAM PASCASARJANA
UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG
1444/2023**