

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *BRAND IMAGE* DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOSMETIK OH MY GLAM (OMG)
DALAM PERSPEKTIF ISLAM
DI KOTA BIREUEN**

SKRIPSI

**SHAHIFAH MUTIA
NIM. 210440053**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
MEI, 2025**

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT*, *BRAND IMAGE* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK OH MY GLAM (OMG) DALAM PERSPEKTIF ISLAM DI KOTA BIREUEN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

**SHAHIFAH MUTIA
NIM. 210440053**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
MEI, 2025**