



**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB RABBANI**

**(Studi Kasus Pasca Kontroversi Iklan Brand Hijab Rabbani)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ekonomi**

**Disusun Oleh:**

**Muhammad Ajri**

**NIM.C1F019001**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS JAMBI**

**2024**