

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *MARKETPLACE SHOPEE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA UIN RADEN FATAH PALEMBANG)



Oleh :

FELI RABILLA PUTRI

NIM: 2020602154

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG**

2024