PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE* DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PEMBALUT CHARM SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Oleh:

NAMA	**:**	**TRI AYU PERMATA SARI**
NPM	**:**	**1202015148**
PROGRAM STUDI	**:**	**MANAJEMEN 2015**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

JAKARTA

2019