PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOBIL TOYOTA AVANZA DAN TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM

(Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Toyota Avanza di Jakarta Pusat)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Oleh :
SAMSUDIN ALAMSYAH
120.2015.134

UNIVERSITAS YARSI
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA
2019