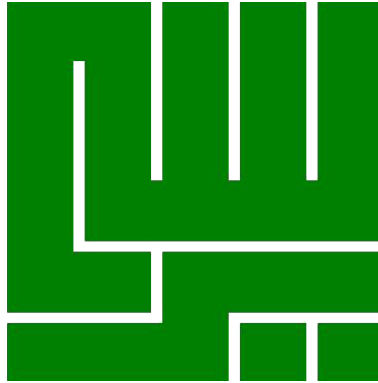


**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN LE MINERALE  
DAN DI TINJAU  
DARI SUDUT PANDANG ISLAM  
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS YARSI)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**  
**Nama : Murdianto Ahmad**  
**NPM : 120.2013.092**  
**Program Studi : Manajemen**

**UNIVERSITAS YARSI  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA  
2018**