PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTHTERHADAPKEPUTUSANPEMBELIANKOPI KENANGAN SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUTPANDANG ISLAM

(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas YARSI 2016)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperolehgelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

NAMA : PUTRI AGENG WIJAKSANA

NPM : 120.2016.129

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS YARSI JAKARTA

2020