

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, *BRAND*  
*AMBASSADOR*, DAN *DIGITAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MIE*  
*INSTANT LEMONILO* SERTA TINJAUAN  
DARI SUDUT PANDANG ISLAM**  
*(Studi Kasus pada Konsumen Mie Instant Lemonilo di DKI Jakarta)*



**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen**

**Disusun oleh:**

**Nabila Hasna Azhary**

**1202018160**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS YARSI**

**JAKARTA**

**2022**